

平成 22 年度
マイボトル・マイカップの普及促進のための
啓発及び実証事業報告書

平成 23 年（2011 年）3 月

（財）地球・人間環境フォーラム

はじめに

マイボトル・マイカップでゴミを減らしましょう。

大量生産、大量消費、大量廃棄の現代社会のあり方や国民のライフスタイルを見直して、循環型社会を形成するために、3R（スリーアール）の取り組みの推進が求められています。3R とは、Reduce（リデュース：廃棄物の発生抑制）、Reuse（リユース：再使用）、Recycle（リサイクル：再生利用）の3つの英語の頭文字を表しており、循環型社会形成推進法では、リデュース・リユース・リサイクルの優先順位で廃棄物の削減に取り組むことが定められています。

3R 促進のために、身近な容器包装で削減可能なものとして、マイカップの取り組みが進んでいるものの、全国的な取組の広がりというところまでは行っていません。

本業務は、循環型社会の形成に向けて身近な取組から 3R の意識を啓発し、リデュースやリユースの取り組みをさらに強化するため、マイボトルやマイカップの普及促進を図るために、ウェブサイトの作成とエコライフ・フェアへの出展により情報提供を行うと同時に、新たな取り組みを3つの大学において実証事業として行い、マイボトル・マイカップの普及を促すことを目的としました。

本キャンペーンの実施に当たっては、(社)浄水器協会、(社)日本水道協会、全国茶商工業協同組合連合会、全国魔法瓶工業組合、(社)日本ボトルウォーター協会の後援をいただき、実証実験やイベントでの展示を実施することができました。また、実証実験を実施していただいたフェリス女学院大学、横浜市立大学、大阪大学の関係者の皆様、実証実験にご協力いただいたサーモス（株）、タイガー魔法瓶（株）、（株）環境向学、（株）寺岡精工、マザーウォーター（株）横浜市水道局、象印マホービン(株)、ピーコック魔法瓶工業(株)、(株)スター商事、(社)日本ボトルウォーター協会、東レ(株)、大阪大学生協の皆様、イベントの出展にご協力いただいた吉村紙業（株）、(株)楽山、東京都水道局の皆様、キャンペーンの趣旨に賛同し、取組を行い、その取組をウェブサイト上で紹介させていただいた企業、大学、市民団体、地方自治体等の皆様のご協力に心より感謝いたします。

平成23年3月

(財)地球・人間環境フォーラム

目 次

はじめに

第1章 マイボトル・マイカップ利用促進ウェブサイトの作成.....	1
第1節 マイボトル・マイカップキャンペーンの概要	1
1. 背景・目的	1
2. 実施体制	3
3. キャンペーンへの参加	3
4. ロゴマーク	6
5. キャンペーンにおける具体的な取り組み	13
第2節 参加団体の取組	14
1. マイボトル・マイカップに飲料を提供するお店.....	14
2. 地域で取り組む市民団体、行政	15
3. オフィスで取り組む企業.....	17
第3節 過去のマイボトル・マイカップの取り組み	19
第4節 マイボトル・マイカップを利用する有名人	20
1. 大橋マキさん（アロマセラピスト）	20
2. 和田由貴さん（節約アドバイザー）	20
3. 本多京子さん（医学博士・管理栄養士）	20
第2章 マイボトル・マイカップ利用促進のためのイベントの実施.....	21
第1節 キックオフイベント～エコライフ・フェア 2010	21
1. エコライフ・フェア概要.....	21
2. 会場レイアウトとブース位置	21
3. ブース概要	22

第3章 大学での実証実験	32
第1節 フェリス女学院大学.....	32
1. はじめに.....	33
2. 実施概要.....	33
3. 記録画像.....	36
4. 実施結果.....	38
5. 自動販売機売上調査.....	47
6. 給水量調査	47
7. 可能性と課題	48
8. おわりに.....	52
第2節 横浜市立大学.....	54
1. 実施内容	55
2. キャンペーン実績	60
3. アンケート	61
5. 補足資料.....	77
第3節 大阪大学.....	78
1. マイボトル・キャンペーンの概要	78
2. アンケート調査について.....	82
3. 「マイボトル・キャンペーン」の今後の展開について.....	95
4. 未来基金の認知	96
5. まとめ	97

第1章 マイボトル・マイカップ利用促進ウェブサイトの作成

第1節 マイボトル・マイカップキャンペーンの概要

1. 背景・目的

循環型社会の構築のために、3R（リデュース、リユース、リサイクル）の取り組みの総合的な推進が不可欠である。リサイクルに関わる施策については、各種リサイクル法の施行等に基づいて推進されているが、今後は、循環型社会形成推進法でも優先度の高いリデュースやリユースの推進が必要となっている。

とくに、リユース（再使用）とは、ものを繰り返し大切に使用することから、とくに一人一人の取り組みが重要である。こうした取り組みとしては、例えばレジ袋に変えて、マイバッグの利用が定着しつつあるが、近年では、個人がマイボトルやマイカップ（自分の水筒、タンブラー、コップ等）を持参した場合にも飲料等のサービスを提供する動きが出てくるなど、徐々にマイボトル・マイカップの使用が増加している。しかし、全国的な取り組みの広がりというところまでは至っていないことから、取り組みの強化と普及促進を図るマイボトル・マイカップキャンペーンを実施することとなった。

マイボトル・マイカップキャンペーンの Web サイトにおいて、マイボトル・マイカップキャンペーンの概要を下記のように説明した。

◆リサイクルから一歩進んでリデュース、リユースへ

最近では、多くの方々に、環境、エコ、省エネ、リサイクルといった環境への取組に関心を持っていただけるようになりました。しかし、世の中で「リサイクル」と言われるものの中には、いろいろあることはご存知でしょうか。正確には、リサイクルというのは一度その物の原型をとどめない原材料の形に戻して、新たな物を作り出すことをいいます。たとえば、リサイクルショップと言われる街中の中古品販売店は、リサイクルではなく、また、昔のようにビンを繰り返し使うことも違います。

このように、不要になった製品などをもう一度使う取組は、正確には「リユース」と呼ばれ、国ではこの「リユース」と、原材料の使用量を減らし、長期間使用をする「リデュース」を、リサイクルより優先して取り組むべきものと位置づけています。これは、一般に、ガラスのビンも、一度溶かして同じビンを作るより、洗ってそのまま使う方が環境への負荷が小さいと考えられますし、同じものを長く大切に使うことは更に環境への負荷が小さいと考えられるからです。

環境の分野では、こうした、リデュース、リユース、リサイクルの3つを総称して3Rと呼び、その順に優先して、様々な取組が進むよう施策を講じています。

◆リデュース、リユースの具体的取組としてマイボトル・マイカップ

しかしリデュース、リユースのために何ができるのだろうか、物を大事に使うことはやっているし、マイバッグは持ち歩いているし…という方も多いかと思います。そこで今回このキャンペーンで提案するのが、自宅に限らず、学校やオフィス、外出先などでも、自分の水筒、タンブラー、ジョッキ、カップ、湯のみなどの飲料容器（マイボトル・マイカップ）を、そのときどきの状況に応じて使っていこうという取組です。

飲み物を飲むことは生きていく上では欠かせない行為であり、手軽に取り組んでいただけるものだと思います、このようなキャンペーンを開始しました。

◆進みつつあるマイボトル・マイカップの取組

マイボトル・マイカップそれ自体やその環境もだいぶ進化し、取組もより身近なものになってきています。近年の技術の工夫、発達により、水筒もかなり軽くなり、おしゃれになりました。保温保冷機能がなくてもよければさらに軽いものもあります。タンブラーと呼ばれ、コーヒーショップ等で売られている飲料容器も非常におしゃれです。また、そうした飲料容器をわざわざ買うのも大変と思う方もいらっしゃるでしょう。そうした方は、例えば、職場が使い捨ての容器を使っているようなら、少し工夫をして、自宅で使っているお気に入りのカップを、職場に持っていくことから始めるだけで良いのです。

マイボトル・マイカップの取組を支援する環境も増えてきました。マイボトル・マイカップに飲料を提供するコーヒーショップ、水筒に注ぎやすい給水機を開発する企業などもでてきています。

◆マイボトル・マイカップキャンペーンにご参加ください

今回のキャンペーンでは、マイボトル・マイカップが使いやすい社会づくりについての取組を応援しつつ、これらの取組についての情報などを提供し、個人の皆さんにもマイボトル・マイカップの利用を進めてもらうのが目的です。

皆さんも、オフィスや大学・学校、外出先でマイボトル・マイカップを使いませんか。

マイボトル・マイカップも何度も繰り返し利用しないと環境にはよくありません。また、衛生面では自ら気をつけなくてはなりません。

多少面倒かもしれませんが、未来に向けて踏み出しましょう。

2. 実施体制

下記の体制で実施した。

- ◆主催：環境省
- ◆後援：一般社団法人浄水器協会、社団法人日本水道協会、全国茶商工業協同組合連合会、全国魔法瓶工業組合、一般社団法人日本ボトルウォーター協会
- ◆参加団体：キャンペーンの趣旨に賛同し、取組を行い、その取組をウェブサイト上で紹介した企業、大学、市民団体、地方自治体等の団体

なお、平成 21 年度にマイボトルに関する普及啓発活動を行い、平成 22 年 10 月にもマイボトルに関するキャンペーンを実施した九都県市首脳会議廃棄物問題検討委員会と連携をとりつつ、本キャンペーンを実施した。

3. キャンペーンへの参加

本キャンペーンの趣旨に賛同して、取組を進め、その取組をウェブサイトで紹介することが可能な団体を参加団体として募集した。参加団体の取組としては、下記の 3 項目を想定。すでに取組を始めている団体、新たに取組を進める団体、どちらでも参加可能とした。

- ◆環境省と参加団体が協働で実証実験やイベントを行う
- ◆コーヒーショップ、喫茶店等が飲料をマイボトル、マイカップにも提供する
- ◆市民団体・地域・地方自治体が地域で、または企業がオフィスで、マイボトル、マイカップに関する取組を推進する

参加にあたっては、参加団体規約に同意し、下記の参加申請書に必要項目を記入して事務局に提出した団体を参加団体と認めた。

「マイボトル・マイカップキャンペーン」参加団体規約

2010 年 5 月 31 日制定

1. 参加資格

- (1) マイボトル・マイカップキャンペーンの趣旨に賛同し、取組を行う企業・団体（政治団体及び宗教法人を除きます。以下単に「団体」といいます。）は、「マイボトル・マイカップキャンペーン事務局」（以下「事務局」といいます。）に対し、別記申請書を提出し、参加承認を得ることで「マイボトル・マイカップキャンペーン」に参加することができます。
- (2) 団体の取組としては以下のようなものを基本とし、マイボトル、マイカップの取組の効果又はマイボトルマイカップの利用状況について把握できる体制を有して

いることを参加要件とします。

- ①環境省と参加団体が協働で実証実験やイベントを行う
- ②コーヒーショップ、喫茶店等が飲料をマイボトル、マイカップに提供する
- ③市民団体・地域・地方自治体が地域で、または企業がオフィスで、マイボトル、マイカップに関する取組を推進する

＊ ボトル、関連商品の販売促進等営利目的のものは含みません。このような場合参加団体とはなりません、マークの利用は可能です。

- (3) 申請書の記載等から「マイボトル・マイカップキャンペーン」の趣旨に反することが明らかであると認められる場合には、参加が承認されないこともあります。
- (4) 参加団体は、マイボトル・マイカップキャンペーンのウェブサイトでご紹介させていただきます。
- (5) 参加申請書及び参加申請の添付書類は、参加申請に伴う確認及び事務局からの連絡以外の用途に使用することはありません。
- (6) 参加申請書及び参加申請の添付資料は返却いたしません。

2. 活動報告等

- (1) 参加団体には、ウェブサイトで紹介させていただくため参加承認の連絡とともに活動内容について事務局よりお伺いする場合があります。
- (2) 参加団体は、取組内容に変更があった場合は、別記申請書により届出下さい。また、取組のとりまとめ等を行った場合等積極的に御報告ください。

3. 参加の取りやめ等

参加団体は、事務局に対し、別記申請書を届け出ることにより、いつでも「マイボトル・マイカップキャンペーン」への参加を取りやめることができます。取りやめた場合はウェブサイトの掲載を中止させていただきます。

4. 参加資格の取消

事務局は、参加団体が次のいずれかに該当する場合、当該団体の参加資格を取り消すことがあります。取り消した場合もウェブサイトの掲載を中止させていただきます。

- (1) 倒産、解散したとき
- (2) 「マイボトル・マイカップキャンペーン」の趣旨に明らかに反するような行為を行ったと認められるとき
- (3) 活動を強制したり、疑わしい行動で利益誘導を行ったと認められるとき
- (4) 法令や公序良俗に反する行為をしたとき
- (5) 参加団体が本参加規約または「マイボトル・マイカップキャンペーン」ロゴマーク使用規程に違反し、事務局による是正勧告に従わない場合

(6) その他、マイボトル・マイカップキャンペーン事務局の信用を傷つける行為を行ったと認められるとき

5. 規約の改訂

本参加規約は、事務局により、事前の通知なく、必要に応じて改訂される場合がありますので、ご承知ください。

附 則

本参加規約は、平成 22 年 6 月 9 日から施行します。

(別記申請書) 申請・届出様式

マイボトル・マイカップキャンペーンの参加申請 (変更・参加中止届出) 書

マイボトル・マイカップキャンペーン事務局御中

マイボトル・マイカップキャンペーンに参加したいので、マイボトル・マイカップキャンペーン参加規約を遵守することに同意し、下記のとおり申請します。

記

平成 年 月 日

1. 法人名、所在地並びに代表者の氏名及び住所
2. 取組内容
3. 連絡先

■電話・FAX

■E-mailアドレス

■取組に関連したURL (ある場合)

■担当者名

* 変更届出の場合、本文を修正した上で 1. ～ 3. を全て記入下さい。

* 廃止の場合は、本文を修正した上で 1. 及び 3. の記述をしてください。

環境省使用欄第 号

4. ロゴマーク

下記 2 種類を本キャンペーンのロゴマークとした。



マークは、本キャンペーンの参加、非参加を問わず、個人及び申請により承認を受けた団体に使用可能とした。ただし、マークの利用に当たっては、下記**囲み**のロゴマーク使用規程及びデザインガイドラインに従うことを条件とした。また、個人での使用には申請は不要だが、使用規程及びデザインガイドラインには従うようウェブサイトで注意を促した。

「マイボトル・マイカップキャンペーン」ロゴマーク使用規程

2010 年 5 月 31 日制定

1. 目的

「マイボトル・マイカップキャンペーン」ロゴマーク使用規程は、「マイボトル・マイカップキャンペーン」ロゴマーク（商標登録出願中。出願番号：商願 2010-041868 号。以下「ロゴマーク」といいます。）を使用するに際して、遵守すべき事項を定めるものです。

2. ロゴマークの使用承認等

- (1) 企業・団体（政治団体及び宗教法人を除きます。）は、別記様式の申請書を「マイボトル・マイカップキャンペーン事務局」（以下「事務局」といいます。）に提出し、ロゴマークの使用承認を受けることによりロゴマークを無償で 사용할 ことができます。
- (2) ロゴマークの使用承認には事務局に申請書類が到着してから 10 日間程度を要しま

すので、余裕を持って申請してください。

- (3) 承認を受けた団体は、ロゴマークの使用に関する権利を第三者に譲渡、担保提供若しくは転貸し、又は代理使用を許諾することはできません。
- (4) 使用方法の変更の場合には別記様式により申請し、承認を受けて下さい。
- (5) 使用の中止の場合には別記様式により届出をしてください。
- (6) 個人の使用又は報道を目的とする使用に当たっては申請は不要です。

3. 使用方法

- (1) 個人及び使用承認を受けた企業・団体はマイボトル・マイカップキャンペーンが定める「ロゴマーク使用ガイドライン」に従い、ロゴマークを使用することができます。

ただし、次のような使用をすることはできません。

- 1. 法令や公序良俗に反するような方法で使用する
- 2. 特定の団体や個人等を誹謗中傷する場合
- 3. 申請書に虚偽の情報を含むこと
- 4. 使用者が実体の無い団体であること
- 5. その他「マイボトル・マイカップキャンペーン」の趣旨に明らかに反するような方法、誤認を生むような形で使用すること（例：趣旨に賛同し、別途取組は進めているが、マーク掲示場所において使い捨て飲料容器でしか飲料を提供していない場合、喫茶店、コーヒースタ等マイボトル・マイカップへの飲料提供をしていない場合等）。

4. 指導等

事務局は、個人、企業・団体またはその関係者が、次のいずれかに該当する場合、当該団体に対し、理由を伺った上、是正をお願いすることがあります。

- (1) 本使用規程に違反し、またはその疑いがあると認められる場合
- (2) マイボトル・マイカップキャンペーンロゴマーク使用ガイドラインに違反し、またはその疑いがあると認められる場合
- (3) その他「マイボトル・マイカップキャンペーン」の趣旨に反する行為を行い、またはその疑いがあると認められる場合

5. 規程の改訂

本使用規程は、事務局により、事前の通知なく、必要に応じて改訂される場合がありますので、ご承知ください。

附 則 本使用規程は、平成 22 年 5 月 31 日から施行します。

(別紙書式) 申請・届出様式

ロゴマーク使用申請(変更申請・使用廃止届出)書

マイボトル・マイカップキャンペーン事務局御中

マイボトル・マイカップキャンペーンのロゴマークを使用(使用変更、使用廃止)したいので、マイボトル・マイカップキャンペーンロゴマーク使用規程を遵守することに同意し、下記のとおり申請します。

記

平成 年 月 日

1. 使用しようとする者の氏名及び住所(法人の場合は、その名称、所在地並びに代表者の氏名及び住所)

2. 使用目的

3. 使用方法(具体的な使用方法が判る図等を添付すること。)

4. 使用開始日

5. 連絡先

■電話・FAX

■E-mailアドレス

■URL(ロゴマークをウェブサイトに掲載する場合)

■担当者名

* 変更申請の場合でも全て記入下さい。

* 廃止の場合は、1. 及び5. のみで結構です。

環境省使用欄第 号

＜ロゴマーク使用ガイドライン＞

マイボトル・マイカップキャンペーン ロゴマーク [使用ガイドライン]

INDEX	基本表記	1
	色指定(4色・単色)	2
	クリアスペース基準	3



基本表記

ロゴタイプは、サイズや位置、スペースは下記のように決められています。
最小使用サイズは、下記に示したサイズが造形精度を保証できる限界ですので、
これ以下のサイズでは使用しないでください。

なお、団体が使用する際は、必ず「DTPデータ※」で正確に表現してください。
承認の際に申し出があった場合はイラストレーターのデータを提供します。

※DTPデータ：デスクトップパブリッシングデータ、コンピュータデータにより作成される印刷データのこと。



作図基準

最小使用サイズ

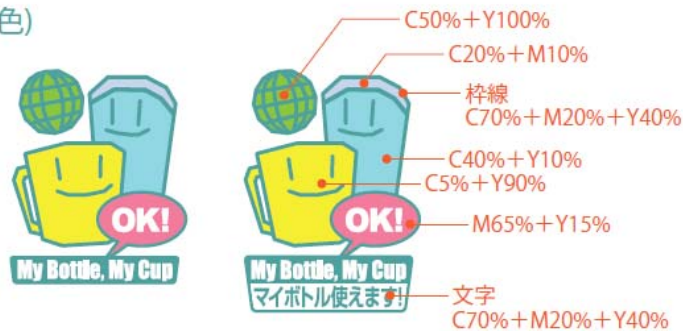


色指定(4色・単色)

ロゴタイプのカラー表示は、基本色が基本となります。

基本色以外の使用は、原則として印刷物などのさまざまな制約及び制作コストの制限等がある場合に限り、単色での使用ができます。

基本色(4色)



単色(DIC2375・PANTONE7475C)

基本色使用が不可能な場合のみ使用可能



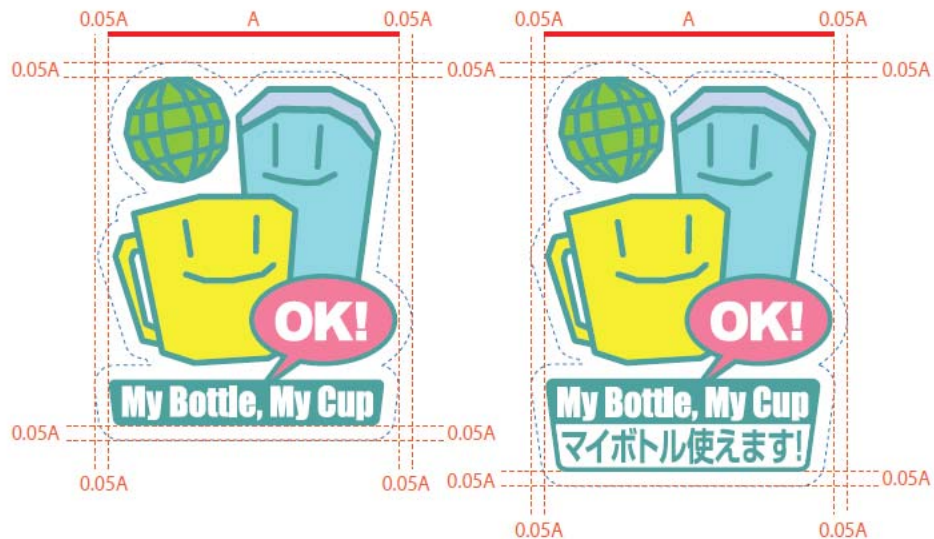
単色(黒)

基本色使用が不可能な場合のみ使用可能



クリアスペース基準

ロゴタイプと他の要素とを明確に分離するためにクリアスペースを設けます。
クリアスペース領域内には他の要素が入らないように注意します。



また、背景に色や写真などが配置された場合等には、
ロゴタイプの背景に白色の枠、または白色の縁を使用します。
その際は、クリアスペースに注意します。



5. キャンペーンにおける具体的な取り組み

①ウェブサイト

キャンペーンの特設ウェブサイト (<http://www.re-style.jp/bknbr/mybottle/>) を 2010 年 5 月 31 日に環境省の 3R 推進サイト Re-style (<http://www.re-style.jp>) 内に開設し、マイボトル・マイカップの利用の意義や、マイボトル・マイカップが利用できるお店の情報、参加団体の取り組みや、マイボトル・マイカップ愛用者へのインタビュー記事、その他の関連情報を提供し、個人の利用を促すとともに、新たな団体が取り組むきっかけとなるような情報発信を行う。

②キックオフイベント

2010 年 6 月 5 日（土）～6 日（日）にかけて、東京都・代々木公園で開催された環境省主催エコライフ・フェアにおいて、マイボトル・マイカップキャンペーンのブースを開設した。マイボトル・マイカップ持参者へのお茶の提供、浄水器の展示と冷水の提供、東京都水道局の展示、マイボトル・マイカップに関する展示などを実施した。詳細は第 2 章を参照。

③実証実験

2010 年 6 月～7 月にかけて、フェリス女学院大学、横浜市立大学、大阪大学の 3 大学において、モニターとなる学生を募り、マイボトルを使用してもらうとともに、給水機、ボトルウォーター等の設置などマイボトル・マイカップを利用しやすい環境を整備し、マイボトル・マイカップの普及に向けた課題の把握、環境整備の効果を検証した。詳細は第 3 章を参照。

第2節 参加団体の取組

1. マイボトル・マイカップに飲料を提供するお店

マイボトル・マイカップに飲料を提供するサービスを行うコーヒーショップなどの増加が、マイボトル・マイカップを普及させるには不可欠である。

本キャンペーンが始まる前からコーヒーショップなどの飲料を提供しているお店では、マイボトル・マイカップに飲料を提供するサービスを行っているところがあり、本キャンペーンの開始に当たり、すでにマイボトル・マイカップに取り組んでいたお店を中心に、11店が参加団体となった。

各店では、店オリジナルのタンブラーやマグカップを製作して販売したり、販売価格を数十円値下げするなどして、マイボトル・マイカップの利用をお客に働きかけている。中には、マイボトルの利用により植林事業に寄付を行っている店もあった。本キャンペーンのウェブサイトでは、「マイボトル・マイカップに飲料を提供するお店」として、キャンペーン参加店の取り組み概要を下記のように紹介し、リンクを貼った。

①スターバックス コーヒー

1996年の1号店オープン以来、ドリンクご購入の際、マイカップやタンブラー等をご持参のお客様には、資源節約にご協力いただいたお礼として20円値引きしています。

②給茶スポット

給茶スポットに参加しているカフェやお茶屋さんにマイボトルを持って行くと、入れたてのコーヒーやお茶を入れてくれます（有料）。カフェやお茶屋さんによってメニュー、価格設定が異なりますが、どのメーカーのステンレスボトルにも対応しています。

③タリーズコーヒー

全店舗でご利用できます。マイカップ・マイボトルを持参いただくと資源節約の協力へのお礼として30円引きで提供しています。また、オリジナルのマグカップやタンブラー、持ち運びに便利なステンレスボトルも販売しています。

④エクセルシオール・カフェ

全国の店舗でご利用できます。マイタンブラー・マイカップをお持込みご利用いただくと、資源節約へのご協力への感謝として、ドリンクを20円引でご提供いたします。

⑤上島珈琲店

上島珈琲店全店でご利用できます。マイタンブラー・マイカップを持参いただくと資源節約の協力へのお礼としてドリンクを50円引きでご提供いたします。

⑥シアトルズベストコーヒー

全国のシアトルズベストコーヒー各店で、タンブラーをご持参頂いた方には、資源節約にご協力頂いたお礼として、全てのドリンクを 20 円割引しております。

⑦SEGAFREDO ZANETTI ESPRESSO (セガフレード・ザネッティ・エスプレッソ)

全店舗でマイボトルサービスがご利用できます。
タンブラー・蓋のついたカップを持参いただければ、資源節約にご協力いただいた感謝として、ドリンクを 20 円値引きしています。

⑧ラッキーピエロ

北海道を中心として展開する全店舗で、どのようなボトルでも利用が可能です。
マイボトルの利用によって植林活動への寄付が行われています。

⑨ニューヨーカーズカフェ

すべての店舗でご利用いただけます。対応できるサイズのカップでしたら、どのようなカップ・ボトルにも 20 円引きにてご提供させていただきます。

⑩BLENZ COFFEE

マイカップ・マイボトルを持参するとドリンク料金を 20 円割り引きします。また、一部の店舗ではオリジナルのマグを販売し、その多様化を図っています。

⑪ECO カフェマイカップ

NPO 法人環境り・ふれんずはエコな暮らしを KIZUKU（気づく・築く）情報交流の場として、ECO カフェマイカップを 09 年 8 月にオープン。マイカップをお持ちの方は、料金から 10 円を値引き致します。

2. 地域で取り組む市民団体、行政

近年では、地方自治体が主導して、マイボトル・マイカップの普及に取り組んだり、イベント等の来場者にマイボトル・マイカップの持参を呼びかけ、会場ではマイボトル・マイカップ持参者を対象に飲料提供サービスを行っているイベントなどを開催する市民団体、行政がある。

行政の取り組みとしては、マイボトル・マイカップの使用を住民に働きかけるシンポジウムや、臨時カフェなどイベントを開催するほか、同時に、地域の飲食店や外食チェーンなどで飲料を供給する店舗を協力店として集めたり、マイバッグやマイはし、リユースびんなど、他のリユースの取り組みとまとめて実施しているところがある。

市民団体の取り組みとしては、ウェブサイトなどを通して、会員や一般向けにマイボトル・マイカップの利用を働きかけたり、マイボトル・マイカップ持参を推奨するイベ

ントを開催したり、マイボトル・マイカップの利用を食育や健康に広げた取り組みを展開するなど、さまざまな取り組みを実施している。

本キャンペーンには下記のような取り組みを行う 9 団体が参加し、地域やイベント会場など特定のエリアで、使い捨て飲料容器の使用削減に取り組んだ。

①環境カウンセラー千葉県協議会

マイカップ活動を促進させる汎用的なマイカップの規格化、さらには、マイボトル、それらに対応する自販機の規格化などに向けた活動を模索したいと考えています。

②グリーン購入ネットワーク（GPN）

「500 万人グリーン購入一斉行動キャンペーン」として「持とう！マイバッグ、マイ箸、マイボトル。歩いて減らそう CO₂」をテーマにキャンペーンを行っています。

③埼玉県「みんなでマイボトル運動」

マイボトルの利用を呼び掛ける「みんなでマイボトル運動」を 2008 年 10 月から展開しています。県民に運動の趣旨を広報する一方、コーヒー店や緑茶店などの協力を得てマイボトルを持参する方に飲み物を提供する協力店を増やしています。

④静岡県

静岡県では、本年度からマイボトル・マイカップ運動を展開しています。この運動の目的は、マイバッグ運動に続く、新たなリデュース・リユースの定着化による更なるごみの削減です。

⑤中原区エコカフェ

中原区エコカフェは、市民の集いの場である等々力緑地公園内川崎市市民ミュージアム中庭や中原区役所敷地内で年 6 回開催します。

⑥日本ウォーキング協会

日本ウォーキング協会が開催するウォーキングイベントの給水コーナーでは、参加者がみな持参のコップやボトルで飲料を受ける姿が見られます。

⑦南山城村茶 ECO プロジェクト

お茶どころ京都らしい取り組みをしたいと、「マイ湯のみ運動ー日本列島いつでもどこでも“お茶の間”化プロジェクトー」に取り組んでいます。

⑧山梨県取組紹介（やまなしエコライフ県民運動）

今年度から、県民、事業者、行政が連携して取り組む、「やまなしエコライフ県民運動」を展開しています。エコライフの実践が県民に定着するよう、今後も取り組んでいきます。

⑨ロハスフェスタ

「身近なことからおしやれに楽しく始められるエコ」をテーマとしたイベント会場では、来場者にマイボトル・マイ箸・マイ食器などの持参を呼び掛けています。

3. オフィスで取り組む企業

毎日たくさんの人が仕事をするオフィスにおいても、マイボトル・マイカップ普及の取り組みが進められている。社内でマイボトル・マイカップの利用を働きかけるほか、オフィスに設置されている自動販売機をマイカップ対応式自動販売機に変更するなど、さまざまな取り組みが行われている。

本キャンペーンには下記のような取り組みを行う 11 社が参加し、社内での使い捨て飲料容器の使用削減に取り組んだ。

①エヌ・ティ・ティ・コムウェア株式会社

首都圏の全 7 事業所にマイカップに対応した自動販売機を新規のものを加えて 52 台導入して、紙コップ使用の削減に取り組んでいます。

②NTT東日本グループ

NTT 東日本ならびに都道県域のグループ会社に設置している飲料自動販売機について省電力型とし、紙コップ式販売機についてはマイカップ対応型等に更改していきます。

③株式会社協和エクシオ

全社員にマイカップ・マイボトルの持参を呼びかけ、マイボトル・マイカップに対応できる新型自動販売機を導入しました。

④テルウェル西日本株式会社

給茶器の紙コップを全廃してから、社員は自分のボトルやカップを持参するようになりました。仕事でも家庭でも環境の視点が加わり、意識に変化が見られます。

⑤株式会社東京放送ホールディングス（TBS HD）

TBS 放送センター内のさまざまな場所にマイカップの推進をはじめとする省エネ、節水、両面コピーなどを喚起する啓発活動を行っています。

⑥日本オラクル株式会社

オフィスでの環境対策の一環で、ゲストエリアでの呈茶を紙コップから茶器へ変更したのをきっかけに、オフィス内でもリターナブルカップを導入し使い捨ての紙コップの削減をしています。

⑦日本ガラストロンクス株式会社

「地球は未来からの預かり物」という想いを全従業員が共有し、企業活動としてだけでなく、社員一人ひとり、またその家族も含めた個人レベルの活動として地球環境保全に取り組んでいます。

⑧日本電子計算株式会社

オフィスでマイボトル・マイカップを利用し、身近にできる自部門エコ活動を実践しています。環境問題に対する意識向上を今まで以上、より一層深めていきます。

⑨北海道エネルギー株式会社

札幌市内5店舗および本社ビルに『ピュアウォーターの無料給水機』を設置、またSS店頭では簡単なアンケートにご協力頂いたお客様にオリジナルタンブラーをプレゼントし、マイボトルの利用を促進しました。

⑩UCC 上島珈琲株式会社

自社製品に対する理解を深め、美味しいコーヒーを提供する意識を高めようと始まった「一日コーヒー店長」制度。これを機に全社員がマイボトル・マイカップを利用するようになりました。

⑪菱日エンジニアリング株式会社

環境省の「エコアクション 21」に登録したことをきっかけに、マイカップ・マイボトル使用を促す「マイボトル活動」を展開しています。

第3節 過去のマイボトル・マイカップの取り組み

過去に実施された4つのマイボトル・マイカップの取り組みを紹介した。

①八都県市はマイボトル宣言

八都県市首脳会議廃棄物問題検討委員会が平成21年10月の3R推進月間に実施したもので、八都県市域内のコーヒESHOP等と協力し、マイボトルの使用を呼びかけたキャンペーンです。

②大阪大学におけるH2O project

H2O プロジェクトは、大阪大学生協等が中心となって、Health(健康)、Habit(習慣化)Organization(組織)の頭文字をとり、水の化学式をもじった「水」をテーマにした活動です。

③3R推進北海道大会2010

3R推進北海道大会は、広く市民事業者により3Rの普及啓発を図ることを目的として、10月の3R推進月間の取組として毎年開催しています。今回の大会では「マイボトル・マイカップ」をメインテーマとして開催しました。

④FC岐阜「3R推進キャンペーンマッチ」

FC岐阜では2010年10月3日の徳島ヴォルティス戦にて「3R推進キャンペーンマッチ」を開催し、試合当日にFC岐阜オリジナルリユースカップ配布、オリジナルクリアファイル配布を実施いたしました。

第4節 マイボトル・マイカップを利用する有名人

マイボトル・マイカップを愛用している有名人や識者3人にインタビューを実施した。ライフスタイルの中で、どのようにマイボトル・マイカップを利用しているのか、利用するようになったきっかけ、お勧めの利用法やドリンクなどを取材して記事にとりまとめた。

1. 大橋マキさん（アロマセラピスト）

アロマ空間デザイナーとして活躍し、環境省の3R推進マイスターでもある大橋マキさんにマイボトルの楽しみ方を提案してもらった。

2. 和田由貴さん（節約アドバイザー）

和田さんは、節約アドバイザーとして執筆、講演に忙しい生活の中で、マイボトルは10年以上前から、節約生活に欠かせない必需品だという。お得なマイボトル利用法などを伺った。

3. 本多京子さん（医学博士・管理栄養士）

医学博士、管理栄養士であり、国民運動「新健康フロンティア戦略」健康大使としても活動する本多さんに、健康と栄養の側面からマイボトル・マイカップの利用法について伺った。

第2章 マイボトル・マイカップ利用促進のためのイベントの実施

第1節 キックオフイベント～エコライフ・フェア 2010

2010年6月5日（土）、6日（日）に東京都立代々木公園で行われたエコライフ・フェア 2010において、マイボトル・マイカップキャンペーンのキックオフイベントとしてマイボトル・マイカップキャンペーンブースを開設した。

1. エコライフ・フェア概要

日時：2010年6月5日（土） 11:00～17:00

2010年6月6日（日） 10:00～17:00

場所：東京都立代々木公園

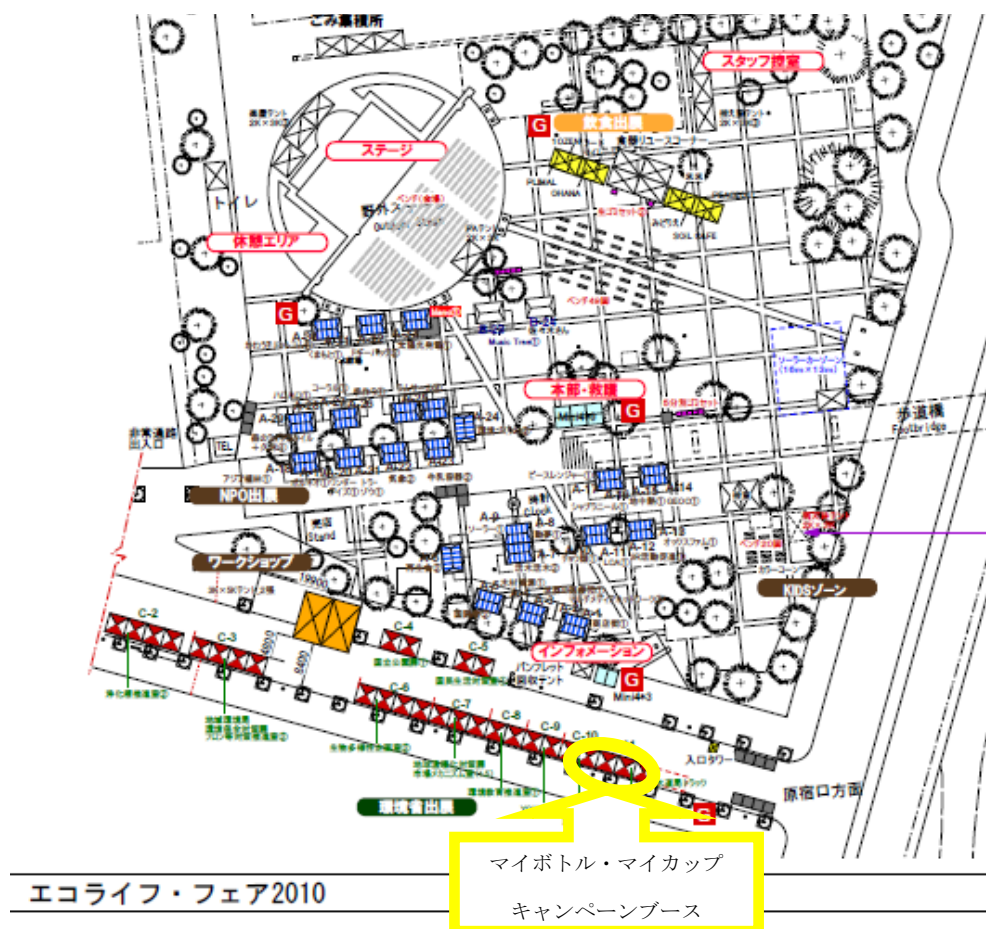
（ケヤキ並木・イベント広場）

主催：環境省

来場者：約7万人（2日間計）



2. 会場レイアウトとブース位置



マイボトル・マイカップ
キャンペーンブース

3. ブース概要

マイボトル・マイカップキャンペーンの紹介ブースでは、①給茶スポット、②東京都水道局、③「安全でおいしい水プロジェクト」(東京都水道局) ④浄水器コーナー ((社) 浄水器協会)、⑤マイボトル・マイカップの紹介の 5 つに分けて、展示を行った。

<出展ブースレイアウト>



<用意した備品類>

展示全般	給水シンク(2)、テーブル (10)、椅子 (14)、のぼり台 (6)、スタンド看板 (4)、白ビニールクロス (9)、青ビロードクロス (1)、のぼり竿 (6)、横断幕 (1)、1m 突っ張り棒 (2)、アクリルカバー (1) キャンペーンロゴシール (400)、エコバッグ、マイボトル・マイカップ ()、延長コード (2)、PC (1)、カメラ (2)、養生テープ、ガムテープ、文房具
給茶 スポット	クーラージャグ : 18ℓ (4)、クーラージャグ : 30ℓ (1)、クーラーボックス : 50ℓ 程度 (1)、くじ引きセット (1)、ロックアイス : 20kg (1)、予備ボトル : 1.5ℓ (3)、予備ボトル (数個)、ティーバッグ (5,000)、抹茶 (200) スプーン (1)、アイスピック (2)、トレイ (1)、トング (2)、Tシャツ (7)、スポンジ、中性洗剤 (2)、給茶スポットのぼり (1)、給茶スポットマーク (シール) (1) ホース (1)、じょうご (1)、スタッフバッジ (10)、タオル、ふきん、ごみ袋、シャカシャカ抹茶当選券 (200)、カネ (1)、ビニールシート (2)、

マイボトル・マイカップキャンペーン ブースのご案内



このキャンペーンは、マイボトル・マイカップ（自分の水筒、タンブラー、カップ、湯のみなど）が使いやすい社会づくりについての取組を応援しつつ、これらの取組についての情報を提供し、個人の皆さんにも取り組んでもらうことを目的としています。

マイボトル・マイカップに飲料を提供するコーヒーショップ、水筒に注ぎやすい給水機を開発する企業などもでてきて、使いやすい環境も整備されてきています。皆さんも、オフィスや大学・学校、外出先でマイボトル・マイカップを使いませんか。

キャンペーンのキックオフとして今日はブースを開設しました。

東京都水道局「安全でおいしい水プロジェクト」

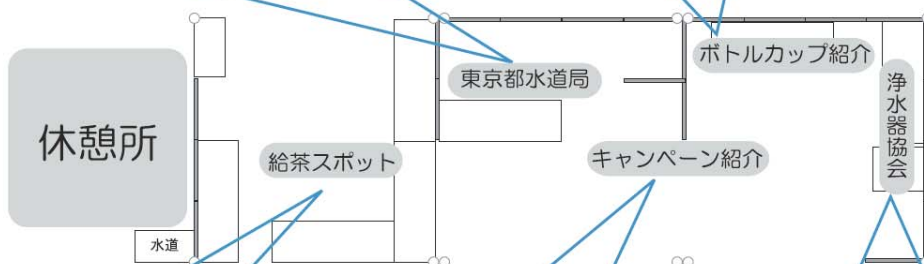
東京都水道局では平成16年6月より「安全でおいしい水プロジェクト」を立ち上げました。

高度浄水処理された水道水のおいしさを実感してもらうために、「東京水」のロゴが入ったグラスを配布します。ご家庭やオフィスでマイカップとしてご使用ください。

マイボトル・マイカップの紹介

近年の技術の工夫、発達により、かなり軽くなり、おしゃれになりました。水筒メーカー、コーヒーショップなどから、多種多様なカップやボトルを集めて展示しています。

また、水筒メーカーのマイボトル・マイカップ普及の取組み、魔法瓶やボトルの構造、環境への取組みなどを紹介しています。



給茶スポット

空になったマイボトルにお店のおいしい飲み物を給茶する、そんなマイボトルライフを応援するのが給茶スポットです。

エコライフ・フェアでは（株）楽山、全国茶商工業協同組合連合会、吉村紙業株式会社によりマイボトル・マイカップを持参した方には、冷たいお茶の無料提供を行っています。

マイボトル・マイカップキャンペーンの紹介、取組の紹介

マイボトル・マイカップキャンペーンの概要と、3大学で行われている実証実験の様子を紹介しています。

マイボトル・マイカップキャンペーン参加企業のマイボトル・マイカップに関する取組や、連携を図っている九都県市首脳会議廃棄物問題検討委員会の取組を紹介するパネル展示を行っています。

（社）浄水器協会

「優良品の製造」「良識ある販売」「正しい使用方法の徹底」「製品の安全」を基本理念に、浄水器に関する唯一の業界団体です。

浄水器協会や参加企業によるパネル展示を行うほか、浄水器のデモンストレーションを行います。マイボトル・マイカップを持参した方には、浄水器からの冷水を無料で提供します。

①マイボトル・マイカップキャンペーンの紹介

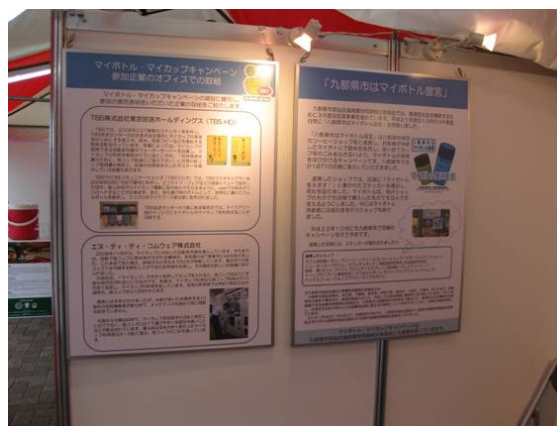
マイボトル・マイカップキャンペーンの取り組み内容を紹介するパネルを作成し、掲示したほか、マイボトル・マイカップキャンペーンののぼりや、横断幕を作成し、ブースのまわりに掲げた。

マイボトル・マイカップキャンペーンの紹介パネルには、フェリス女学院大学、横浜市立大学、大阪大学での実証実験の簡易な紹介のほか、マイボトル・マイカップを導入しているオフィスのうち、TBS 株式会社東京ホールディングス(TBS HD)とエヌ・ティ・ティ・コムウェア株式会社の二つの取り組みを紹介した。また、本キャンペーンと連携をとっている九都県市の取り組み「九都県市はマイボトル宣言」の過去の取り組み内容についても紹介した。

エコライフ・フェアで使用したマイボトル・マイカップキャンペーンののぼり旗は、フェリス女学院大学や大阪大学でも同様に使用した。



キャンペーンブース



取り組み紹介パネルの掲示



キャンペーン横断幕とスタッフ



キャンペーンブース全景

<マイボトル・マイカップキャンペーンの紹介パネル>

マイボトル・マイカップキャンペーン

～マイボトル・マイカップでごみへらしましょ～




マイボトル・マイカップキャンペーンの実施体制

主催：環境省

後援：(社)浄水器協会、(社)日本水道協会、全国茶商工業協同組合連合会、
全国魔法瓶工業組合、(社)日本ボトルウォーター協会

< 3 大学における実証実験 >

3大学における実証実験



2010年6月～7月にかけてフェリス女学院大学、横浜市立大学及び大阪大学は、本キャンペーンの一環として企業、環境省等と協働により実証実験を行います。

モニターとなる学生を募り、マイボトルを使ってもらうとともに、浄水器・給水機の設置、学食等でマイボトルを使う人への飲料の割引等マイボトル・マイカップが利用しやすい環境を整備し、マイボトル・マイカップの普及に向けた課題把握、環境整備の効果把握を行います。

フェリス女学院大学

- 【期間】2010年6月2日（水）～7月31日（土）
- 【場所】フェリス女学院大学 緑園キャンパス
（横浜市泉区緑園4-5-3）
- 【主催】フェリス女学院大学（エコキャンパス研究会）
- 【共催】サーモス（株）、タイガー魔法瓶（株）、
（株）環境向学、（株）寺岡精工、
マザーウォーター（株）、
横浜市水道局、環境省



ボトルに給水する学生



横浜市立大学

- 【期間】2010年6月1日（火）～7月30日（金）
- 【場所】横浜市立大学金沢八景キャンパス
（横浜市金沢区瀬戸22-2）
- 【主催】横浜市立大学、環境省
- 【共催】象印マホービン（株）、ピーコック魔法瓶工業（株）、
（株）スター商事（SIGG）、（株）環境向学、
（株）寺岡精工、（社）日本ボトルウォーター協会、
東レ（株）、横浜市水道局

大阪大学

- 【期間】キャンペーン登録期間：
2010年5月8日（土）～5月23日（日）
- ボトル配布期間：
2010年5月31日（月）～6月4日（金）
- ボトル利用促進期間：
2010年5月31日（月）～
- 【場所】大阪大学豊中キャンパス
（大阪府豊中市待兼山町1丁目）
- 【主催】大阪大学
- 【共催】環境省、大阪大学生協



ボトル配布に並ぶ学生



マイボトル・マイカップキャンペーン 参加企業のオフィスでの取組



マイボトル・マイカップキャンペーンの趣旨に賛同し、
参加の意思表示をいただいた企業の取組をご紹介します。

TBS株式会社東京放送ホールディングス（TBS HD）

TBSでは、2008年に27種類のステッカーを制作し、TBS放送センター内のさまざまな場所にマイカップの推進をはじめとする省エネ、節水、両面コピーなどを喚起する啓発活動を行っています。部署によっては、マイカップが使用できる自動販売機やウォーターサーバーを設置し、マイカップの利用を働きかけているところや、「地球環境保護のために、紙コップ削減にご協力下さい」と月間の紙コップ使用量の報告と、削減の目標値を示したポスターを掲示している部署もあります。



TBSラジオ&コミュニケーションズ（TBSラジオ）では、TBSラジオタンブラーを2006年5月にTBSで最初に制作し、エコライフ・フェアなどの環境イベントで販売したほか、楽しみながらマイカップ運動に取り組んでもらえるように、webで中紙をダウンロードすることが出来ます。また、持ち運び用のボトルとして、密閉性に優れたアルミボトルを製作し、エコプロダクツでブース参加者に配布されました。



TBS放送センターの1階にある喫茶店では、テイクアウト用のドリンクにマイボトルやマイカップを利用することが可能です。

エヌ・ティ・ティ・コムウェア株式会社

2008年11月から、マイカップに対応した自動販売機を導入しています。それまでは、自動で紙コップに飲み物が注がれる機械が、首都圏の全7事業所に44台ありました。これを全て取り換え、新規のものを加えて52台が稼働しています。備え付けの紙コップで水や緑茶を飲むことができた給茶器も全廃し、その機能も新しい自販機に取り入れました。

仕組みは、「マイカップ」のボタンを押してカップを入れると、紙コップは出てこず飲み物が注がれるというものです。料金は、マイカップ利用なら紙コップ利用より10円安く設定し、マイカップの利用を促しています。従来の給茶器では無料で飲めた水や緑茶も、紙コップなら10円かかります。

開発には半年かかりましたが、台数が多いため関係する10数社の自販機業者が協力的で、メンテナンスも含めて特に問題は起きていません。

社員からも概ね好評で、マイカップを利用すれば安く済むことだけでなく、紙コップに比べて運びやすく保温性も高いことなどが歓迎されています。導入前は全体の約1割だったマイカップ利用者は2～3割に増え、紙コップのごみも減っています。



「九都県市はマイボトル宣言」

九都県市首脳会議廃棄物問題検討委員会では、循環型社会を構築するために3R普及促進事業を進めています。平成21年度は10月の3R推進月間に「八都県市はマイボトル宣言」を実施しました。

「八都県市はマイボトル宣言」は八都県市内のコーヒーショップ等と連携し、お客様が持参したマイボトルで飲料を販売し、使い捨てカップ等のごみを出さないよう、マイボトルの使用を呼びかけるキャンペーンです。八都県市で合計1,671の店舗に協力していただきました。

連携したショップでは、店頭で「マイボトル使えます!」と書かれたステッカーを掲示し、周知を図りました。マイボトルは、他のショップのものでも店舗で購入したものでもなんでも使えるようにしました。中にはマイボトル持参者には値引きを行うショップもありました。

平成22年10月にも九都県市で同様のキャンペーンを行う予定です。

連携した店舗には、ステッカーが掲示されました⇒



連携したショップ

カフェ珈琲館／タリーズコーヒー／ドトールコーヒーショップ／スターバックス コーヒー／
ニューヨーカーズカフェ／カフェデュモンド／西船珈琲研究所、渋谷珈琲研究所、
珈琲 房(カフェ・ファン)／カフェディエスプレッソ珈琲館／ブレンズコーヒー／
ドリップマニア／上島珈琲店／エクセルシオール カフェ／ベックスコーヒーショップ、
ベックスコーヒーショッププラス／どこでもカフェ

※九都県市首脳会議及び廃棄物問題検討委員会とは

九都県市首脳会議は、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、横浜市、川崎市、千葉市、さいたま市、相模原市の首長で構成され、長期的展望のもとに、共同して広域的課題に積極的に取り組んでいます。その下部組織である廃棄物問題検討委員会は、九都県市の廃棄物担当部局長で構成され、循環型社会の構築を目指し、広域的な対応が求められる廃棄物処理に関する方策等について検討するとともに、必要な取組を実施しています。

2010（平成22）年4月より、相模原市が加わり、八都県市首脳会議及び八都県市廃棄物問題検討委員会はそれぞれ九都県市首脳会議及び九都県市廃棄物問題検討委員会となりました。

マイボトル・マイカップキャンペーンは、
九都県市首脳会議廃棄物問題検討委員会とも連携を図っていきます。

②給茶スポット（吉村紙業（株）、（株）楽山、全国茶商工業組合連合会、環境省）

給茶スポットとは、カフェやお茶屋さんにマイボトルを持って行くと、入れたてのコーヒーやお茶を入れてくれる取組（有料）。

カフェやお茶屋さんによってメニュー、価格設定が異なるが、どのメーカーのステンレスボトルにも対応している。

本キャンペーンにも賛同し、参加団体となっているが、エコライフ・フェア 2010 では出張版の給茶スポットを開設した。

（株）楽山、全国茶商工業協同組合連合会、吉村紙業株式会社によりマイボトルやマイカップを持参した来場者 3,000 人に冷たい煎茶（くじに当たった方に）抹茶を無料で提供した。

愛用しているマイボトルやマイカップを持参した来場者が数多くみられたほか、他のブース出展者やステージ出演者など、さまざまな方の利用があった。

また、給茶スポットを初めて利用したという人の中には、自宅や職場の近くに給茶スポットがないかどうかを、利用者に配布した給茶スポットのリストで確認する人や、くじで当たった人にふるまった冷たい抹茶の美味しい飲み方を知りたいという人もみられた。



出張版給茶スポット



マイボトルを持って給茶スポットに並ぶ来場者



お茶を急冷してマイボトルで保冷して飲む「ロック DE お茶」

③「安全でおいしい水プロジェクト」 (東京都水道局)

東京都水道局では平成16年6月より「安全でおいしい水プロジェクト」を立ち上げている。マイボトル・マイカップの利用には水道水は欠かせないため、東京都水道局の高度浄水処理された水道水のおいしさを実感してもらうために、「東京水」のロゴが入ったグラスや資料の配布、展示などを行った。



東京都水道局の資料と
「東京水」のロゴ入りグラスを配布



④浄水器コーナー ((社)浄水器協会)

浄水器協会や参加企業によるパネル展示の他、ボトルを洗浄して冷水を給水できる浄水器のデモンストレーションが行われた。デモンストレーションを行った浄水器でできた水を約5,000人に提供した。

浄水器のデモンストレーションと
パネル展示



⑤マイボトル・マイカップの紹介

近年の技術の工夫、発達により、かなり軽くなり、おしゃれになったマイボトル・マイカップを来場者に知ってもらおうと、水筒メーカー、コーヒーショップなどから、多種多様なカップやボトルを集めて展示をした。

また、水筒メーカーのマイボトル・マイカップ普及の取り組み、魔法瓶やボトルの構造、環境への取り組みなどのパネル展示を実施した。



マイボトル・マイカップの紹介



さまざまなマイボトル・マイカップを展示

第3章 大学での実証実験

第1節 フェリス女学院大学

フェリス女学院大学では、学生のタンブラー持参率を向上させ、タンブラーの利用を習慣化させることで、ペットボトルをはじめとする使い捨て飲料容器のごみを減らすために「マイボトル・マイカップキャンペーン」を実施した。

キャンペーンでは、フェリス女学院大学の学生による環境サークル「エコキャンパス研究会」が中心となり、普及啓発用のポスターやちらしを作成し、普及啓発を行ったほか、学生から400名のモニターを募り、給水機を校内2カ所に設置して、マイボトル・マイカップが利用しやすい環境を整備し、アンケート調査によりマイボトル・マイカップの拡大に向けた課題の把握と、環境整備の効果を調査した。

主にモニター参加者でアンケートに身回答者から預かった500円、または使い捨て容器を買わないことで浮いたお金の一部を、エコキャンパス研究会の学生たちが日ごろから交流している、キリバス共和国環境省又はSPC（キリバスも加盟する太平洋共同体）が水（地下水）の資源量のボーリング調査に使うために寄付をした。実証実験の概要は下記の通り。

【主催】フェリス女学院大学（エコキャンパス研究会）

【共催】サーモス（株）、タイガー魔法瓶（株）、（株）環境向学、（株）寺岡精工、マザーウォーター（株）、横浜市水道局、環境省

【期間】2010年6月2日（水）～7月31日（土）

【場所】フェリス女学院大学 緑園キャンパス（横浜市泉区緑園4-5-3）

【給水機設置場所】4号館（1階カフェテリア内）、8号館（1階自動販売機付近）

【モニター】フェリス女学院大学の学生 計400名

【実証実験の流れ】

- 1) モニター参加者から500円を預かりタンブラーを配布（6月2日～4日）
- 2) タンブラーを2カ月使用後、アンケートに回答
- 3) アンケートを回答したモニターには500円を返金（7月後半）もしくは寄付。
※ ボトルは引き続き使用可（返却不要）
- 4) アンケートの分析、実証実験の検証

<フェリス女学院大学実証実験最終報告書>

1. はじめに

環境問題が注目を浴びる昨今、「温暖化」や「CO₂削減」というキーワードばかりが目立つ傾向にありますが、ゴミ問題も早急に対処すべき重大な問題のひとつです。中でもペットボトルをはじめとする使い捨て容器の大量生産・大量消費・大量廃棄という負のサイクルからいかに脱却するかという事は大きな課題です。エコキャンパスを掲げる本学では、この問題の改善に取り組む一環として 2006 年 11 月から学生環境サークル「エコキャンパス研究会」がオリジナル・タンブラーの普及を始めていましたが（これまでに累計 1,000 本を販売）、ボトルが学生にとって高額である事（1 本 1,300 円～1,470 円）、あるいは自宅で飲み物を入れる手間や大学内で補給できないという不便さがネックとなり、学生全体への普及がなかなか進まないという現状がありました。

今回の実証実験では、各方面からご協力いただきボトルを実質無料提供したり給水機を設置したりする事でこのような問題を解消し、マイボトル利用とそれに伴う使い捨て容器削減を推進する事を目指しました。また、女子大という事もあり、「マイボトル利用によるエコ」だけでなく、マイボトルをファッションの一部、おしゃれなものとするイメージを打ち出し、キャンペーンを展開しました。

2. 実施概要

◆主催：フェリス女学院大学

◆共催：サーモス（株）、タイガー魔法瓶（株）、（株）環境向学、（株）寺岡精工、マザーウォーター（株）、横浜市水道局、環境省

◆目的：

学内に給水機を設置し、学生のタンブラー持参率を向上させ、タンブラーの利用を習慣化させることで、ペットボトルをはじめとする使い捨て飲料容器のゴミを減らす。また、女子大生を対象とすることで、これまでのエコ＝節約というようなイメージを払拭し、より身近で取り組みやすいエコの形を普及させていく。

◆実験期間：2010 年 6 月 2 日～7 月 31 日

◆対象：フェリス女学院大学 学部生

◆場所：フェリス女学院大学 緑園キャンパス（神奈川県横浜市泉区緑園 4-5-3）

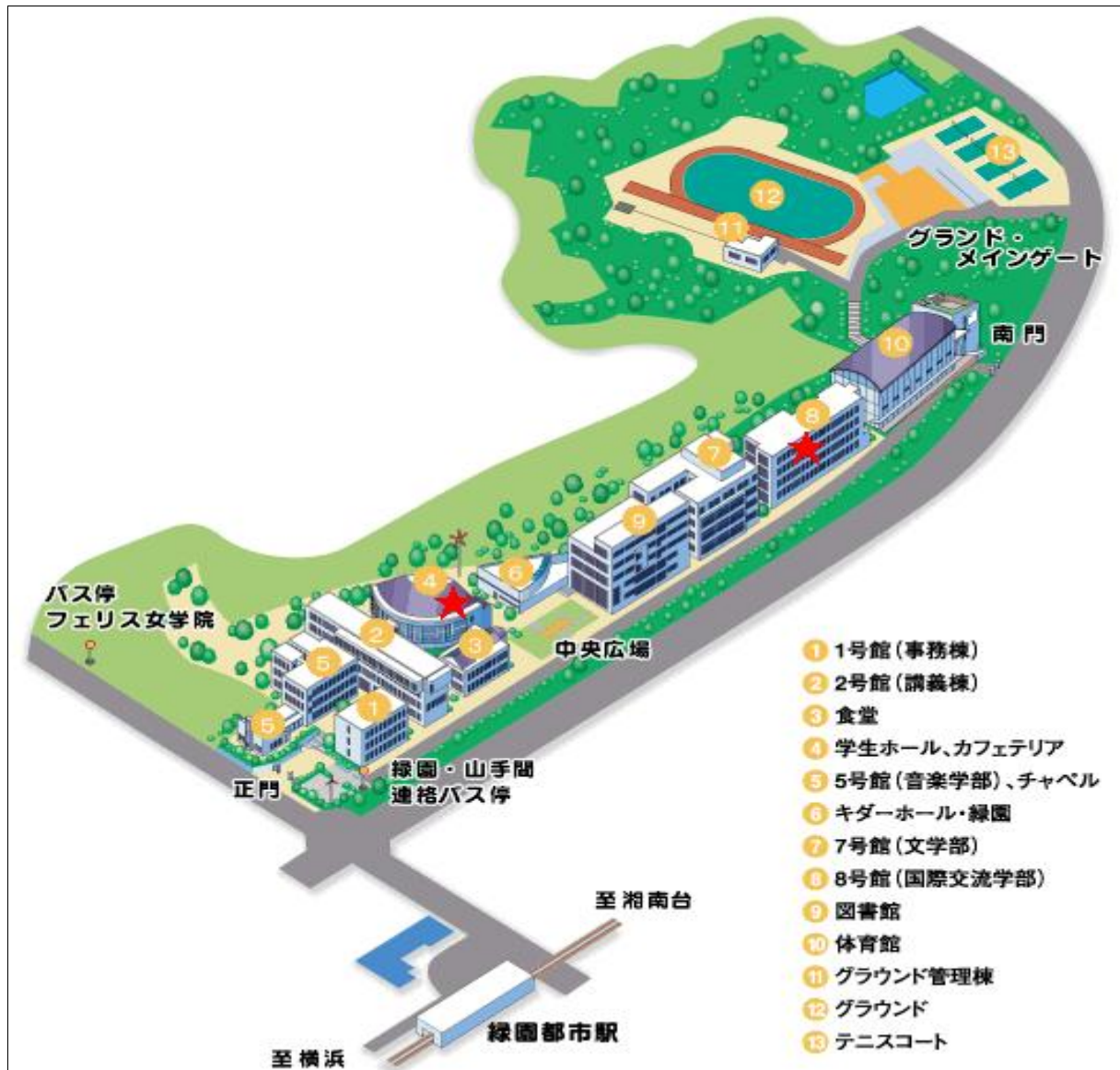


図1. フェリス女学院大学緑園キャンパス・マップ (赤い星印が給水機の設置位置)

◆実験内容：

① 給水機の設置：

学内2か所（図1の赤い星印の位置のカフェテリアと8号館）に給水機を設置し、マイボトルを利用しやすい環境を作る。給水量の測定も行う。

② オリジナルのマイボトルを使ったモニター調査：

学生400名をモニターとして募集。デポジット500円と引き換えにマイボトルを配布し、利用してもらう。およそ2カ月の実験期間後、キャンペーンに関するアンケートを提出していただいた方にはデポジットを返金。（これにより実質マイボトルは無料配布となる。）

③ 給水機およびマイボトルの利用促進活動：

ポスターとチラシを作成し、学内での掲出や、授業の際のアナウンスによりキャンペーンの認知度の向上を図る。

④ 効果測定：

アンケート調査（学生や各社で作問）、自動販売機の売り上げ調査（大学内の全5社からの情報提供のご協力）、給水量調査（環境向学、寺岡精工が担当）を行い、キャンペーンの効果を測定する。

◆実験スケジュール：

5月下旬	ポスター掲示およびチラシ配布による啓発活動開始
5月31日	給水機設置
6月2日～4日	モニター募集・登録、タンブラー配布 (※デポジットとして500円を回収)
～およそ2ヶ月間、	学生がタンブラーおよび給水機を実験的に利用～
7月26日～30日	アンケート回収及び募金活動 (※アンケートに回答いただいたモニターの方にデポジット 500円を返金)
8月初旬	給水機撤去
〃	アンケート集計
9月初旬～下旬	各種データ集計 報告書作成

◆社会貢献活動として

今回のキャンペーンでは、本学の建学の理念（For Others～他者のために、他者とともに～）に基づき、募金活動も同時に行いました。

給水機が設置され、ペットボトルを買わずに済んだ事でずいぶんお金が浮き、学生の利益となったと考えられるので、その一部を寄付していただけるようアンケート回収の際に呼びかけた他、アンケートを提出していただけなかった方のデポジットを全額募金としました。その結果、およそ8万円もの寄付を集める事ができました。

集まった寄付金は、エコキャンパス研究会が毎年訪れている関係から、キリバス共和国へ現地の環境省を通じて寄付します。キリバス共和国は気候変動による海面上昇により、近い将来、海に沈む危機にさらされていると同時に、深刻な水不足に陥っている国です。そのため、雨水タンクの設置や残された水資源の調査にかかる費用に寄付金を当てていただく予定です。

3. 記録画像



キャンペーンポスター



給水機用チラシ



ボトル配布時のキャンペーン内容の説明



ボトル配布の受付テーブル



ボトル配布 (4種類から選定してもらう)



ボトル配布開始時 (学生証をバーコード入力)



のぼり設置 (カフェテリア入口)



↑ 給水機① (環境向学製、カフェテリア設置)

→ 給水機②

(寺岡精工製、8号館設置)



4. 実施結果

今回のキャンペーンでは、モニターへのアンケート、自動販売機売上の変化、給水機の給水量、これら3つの視点から実験結果を検証しました。

◆アンケート調査

<学生モニターアンケート調査>

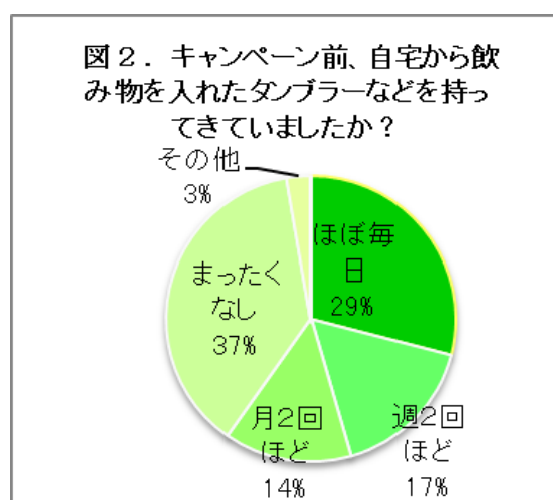
回収期間：7月26日～30日

サンプル数：225人（モニター400人中）

対象：モニターとして登録した学生

【飲料購入・マイボトルに関する習慣について】

キャンペーン開始「前」のマイボトル利用に関する質問に対し、“定期的に利用している”と答えたのは全体のおよそ6割、その中で「ほぼ毎日」利用すると答えたのは、半数（全体の29%）でした（図2）。



一方、「まったくなし」、または「その他」（冬季のみ等）と回答したのが4割で、マイボトルの利用が習慣化していない学生がまだまだいるという事が判明しました。また、モニター以外の学生も含めると、この割合は更に高くなると考えられます。

次ページの図3はペットボトルおよび缶・ビンなど、使い捨て容器入りの飲料の購入頻度をキャンペーン開始前後で比較したものです。

ペットボトルに関しては、キャンペーン前は「買わない」と回答した人はわずか14%に留まり、ペットボトルの購入が習慣化している事が浮き彫りとなりました。また、「1日2本」「1日1本」と回答した人を合わせると、38%となり、これは4割近くの学生が毎日ペットボトルを購入していたという事になります。しかし、キャンペーン開始後は「買わない」と答えた学生が58%（開始前比44%増）と急激に増加しました。購入

するにしても頻度は大幅に減り、1日2本以上購入したという回答は見られなくなりました。また、平均値を算出すると、キャンペーン前はペットボトルを平均週5本買っていたのがキャンペーン後には週1本まで減りました（週当たり4本の差）。これを2ヵ月（8週間）つづけたと仮定すると、1人あたり32本のペットボトルを削減したことになり、ライフサイクル・アセスメント（以下、LCAと略す）の視点から見て（マイボトルを10回以上使う必要がある）、十分にマイボトルが二酸化炭素の排出量として「もと」が取れたと結論づけることができました（あとで詳述）。

缶やビンなどについては、キャンペーン前からおよそ半数の学生が「買わない」と回答しており、購入頻度もペットボトルほど高くないことから、飲料を買う際の主流はペットボトルである事が明らかになりました。しかし、頻度は少なくとも半数の学生はペットボトル同様、缶・ビンなどの飲料を購入していましたが、キャンペーン開始後はこちらも購入頻度が減り、「買わない」と回答した学生が20%増加しました。

総じて、ペットボトル、缶・ビンなどいずれについても、今回のキャンペーンがマイボトルの利用を促進し、使い捨て容器入りの飲料購入頻度を大幅に減少させる事に結びついたと言えます。

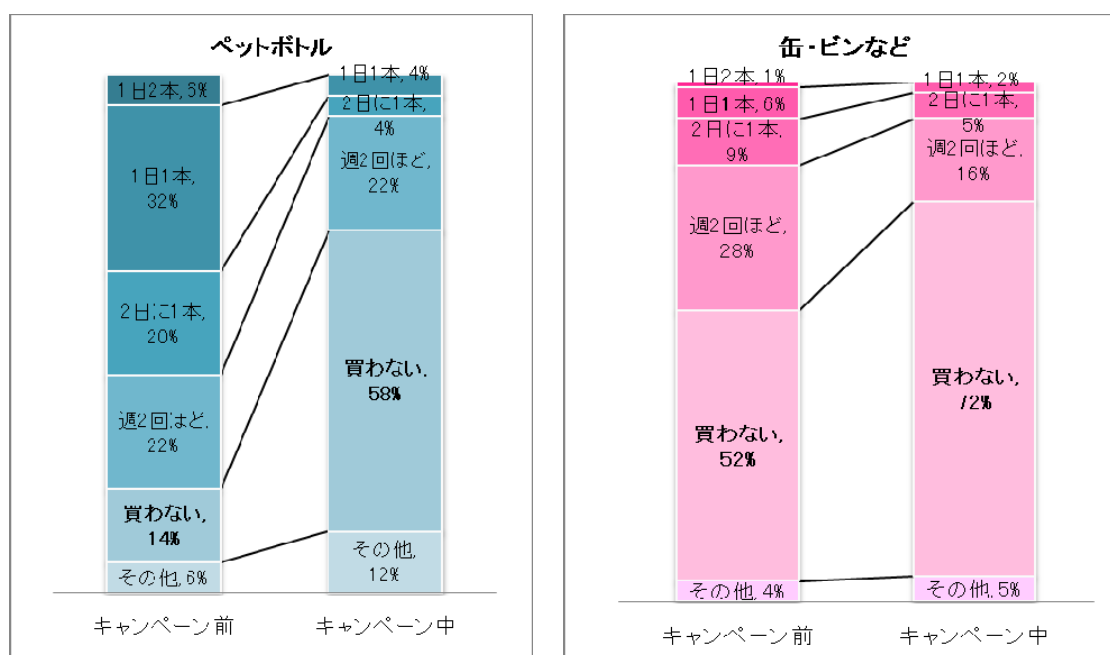
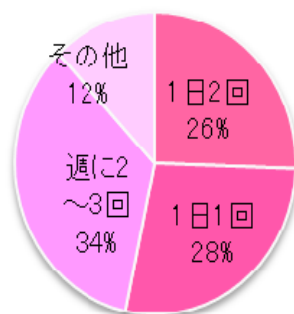


図3. 本キャンペーン前後のペットボトル（左）、缶・ビン（右）の購入本数の変化

【学生がどのようにタンブラーを活用していたか】

図4が示すように、給水機を「1日2回」「1日1回」利用したと回答した学生を合わせると54%に上り、半数以上の学生が毎日給水機を使ってタンブラーに水を入れており、残りの学生も比較的頻繁に給水機を利用していたという事がうかがえました。この事がペットボトルなどの購入を大きく減少させた一因であると思われます。

図4. キャンペーン中、給水機をどれくらい利用しましたか？

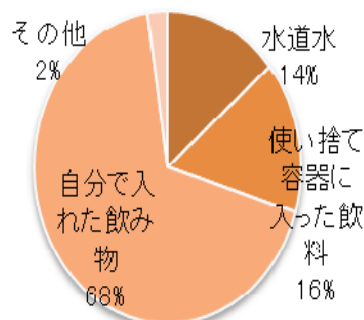


また LCA の観点から本学独自の分析により、今回配布したタンブラーを 1 本生産する際に排出される CO₂ の量は、ペットボトルの代わりに 10~20 回マイボトルを使う事で削減される量に匹敵すると推測されました。つまり、10~20 回未満の使用回数だと逆にマイボトルを持った事で環境負荷をかけてしまう事になるので、学生にも最低その回数以上使用するよう呼びかけました。

アンケート結果によればキャンペーン中にモニターの学生一人につき、平均 1 日 1 回マイボトルを使ったという計算になり、2 ヶ月間では 40 回（土日除く）~60 回（土日含む）使ったという事になるため、LCA 的には十分に「もと」をとっている、つまりペットボトルを使わない事で削減した CO₂ がマイボトルを生産する際に排出した CO₂ を上回ったという結果になりました。そのような意味でもこのキャンペーンは確実に「エコ」の役割を果たしたと言えます。

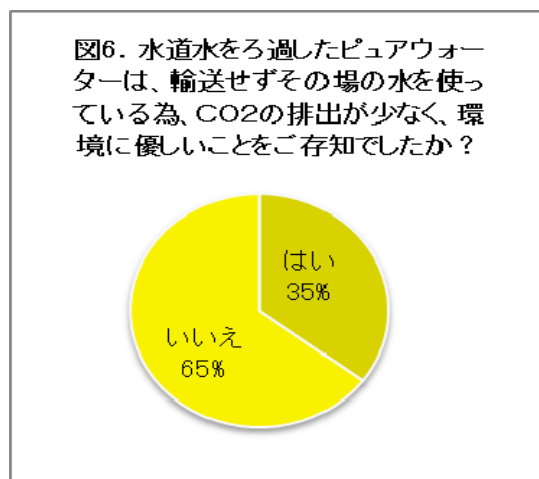
タンブラーの中身に目を向けると（図 5）、給水機の水以外では、自宅で作った飲み物を入れているという学生が最も多く、家のペットボトルなどから飲料を移し替えたり、水道水を入れたりしている学生も比較的多かったようです。それ以外では、スターバックスなどテイクアウト式のカフェで紙カップを断り、タンブラーに入れてもらっているという学生が見られました。

図5. キャンペーン中、給水機の水以外で水筒に入っていた飲み物

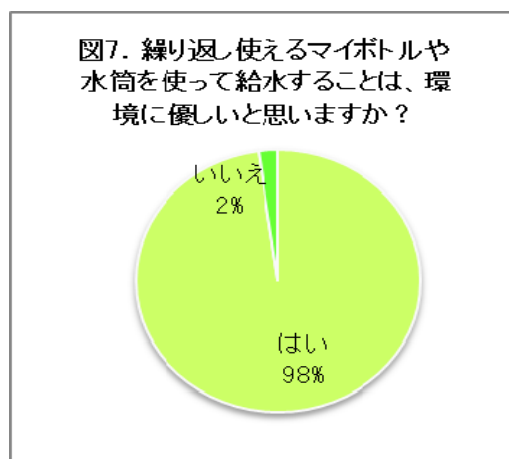


【環境配慮について】

図6は、環境に配慮した「ピュアウォーター」の認知度に関するものですが、あまり認知されていない事が分かりました。ピュアウォーターに関しては、共催企業からご提供いただいたパネルやチラシを給水機の側に掲示しアピールしましたが、そこまで注目していた学生は少なかったようです。



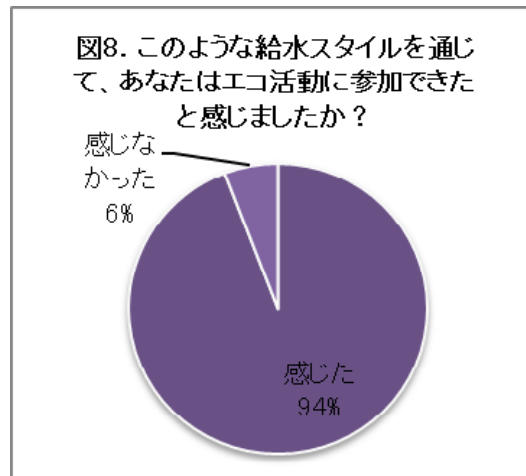
次の図7の通り、マイボトルによる給水についてはほとんどの学生が「環境に優しい」と考えています。理由としては「ペットボトル分のCO₂が削減されるから」「資源を無駄にしないから」「ゴミが出ないから」「実際にゴミが減ったから」という意見が多かったです。



逆に「いいえ」と回答した学生の意見としては「ボトルを作る時にもCO₂は発生するし、資源を使うから」「ジュースなどを飲みたい時は買うしかないから」「洗う時に洗剤を使うから」というものがありました。

また、中間的意見として『繰り返しボトルを使わないと、ボトルを製造した分にかかるCO₂排出量を補えない→マイボトルを持つ＝必ず使うという定義が必要』という意見もありました。

次にエコ活動への実感についての質問ですが、この質問に関しても「感じた」と回答した学生がほとんどでした（図 8）。



主な理由は「ゴミが減ったのが実感できたから」「エコ・環境について考え、行動するきっかけになったから」「マイボトルを毎日使えたから」「水の輸入を防げたから」というものでした。

「感じなかった」と回答した学生の理由には「あまり実感がわかなかったから」「なぜエコなのか分からなかったから」「あくまでも自分がボトルを使いたくて使っているだけだから」「水筒を持つ事は当たり前で、当たり前の事をしただけだから」「自然な事だから」というものがありました。

今後のマイボトル利用については、「これからも使っていきたい」と回答した学生がほとんどで、今後のマイボトル普及に向けてこのキャンペーンが有意義なものであったという事が分かります（図 9）。

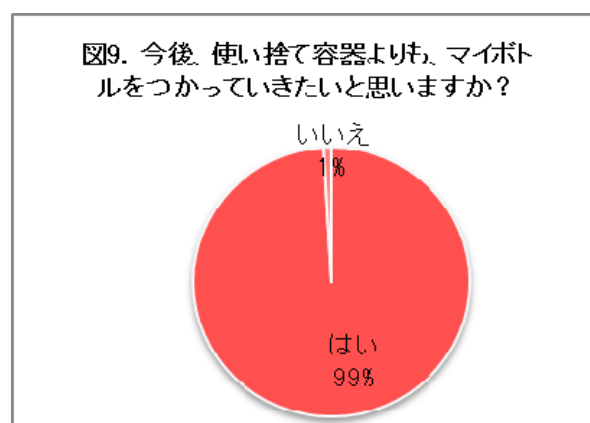
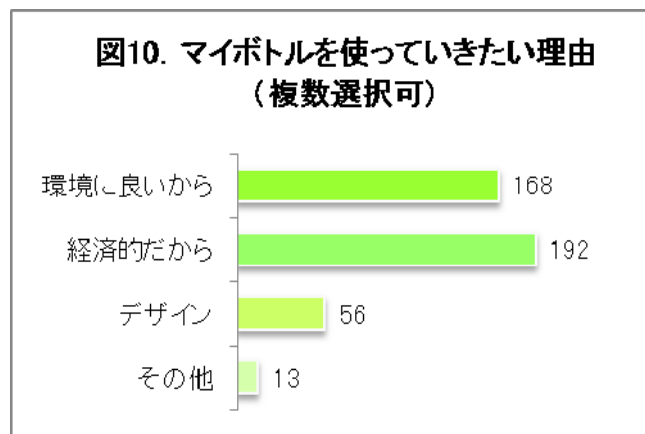


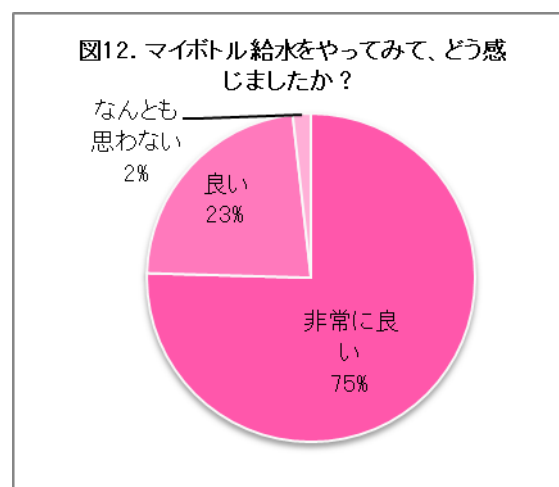
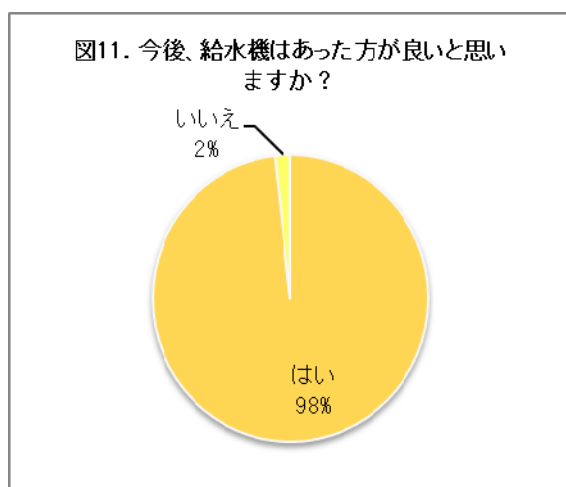
図 10 はその理由を尋ねたものですが、こちらは消費者の本音が浮き彫りになる結果となりました。



注目すべき点は、「環境に良い」を上回って「経済的だから」がトップになっている事です。昨今の不況の影響か学生にも節約志向が広がっているようで、「ペットボトルを買わなければ節約になるし、ついでにエコにも貢献できる」という認識が強いようです。今回のキャンペーンでは無料で給水機を使う事ができたため、それもこの傾向に拍車をかけたと考えられます。事実として、自由記入欄で最も多かったコメントが「給水機を継続して設置してほしい」や「給水機がなくなったらみんなボトルを使わなくなると思う」というものでした。昨今のエコブームにも象徴されるように、エコなものを選べば経済的に得をするという風潮が、経済性ありきのエコを消費者に植え付けてしまっているようにも思えます。「環境に良いから」がトップに来なかった事は残念ですが、「エコだから」というだけではマイボトルを手にしてももらえない現状を考えると、やはり経済的である事をマイボトル普及へのきっかけとして利用するのもやむを得ないのかもしれないと感じる結果でした。

「いいえ」と回答した学生は「ボトルが重い」「容量が少ない」「給水機がなければ使わない」を理由として選択していました。

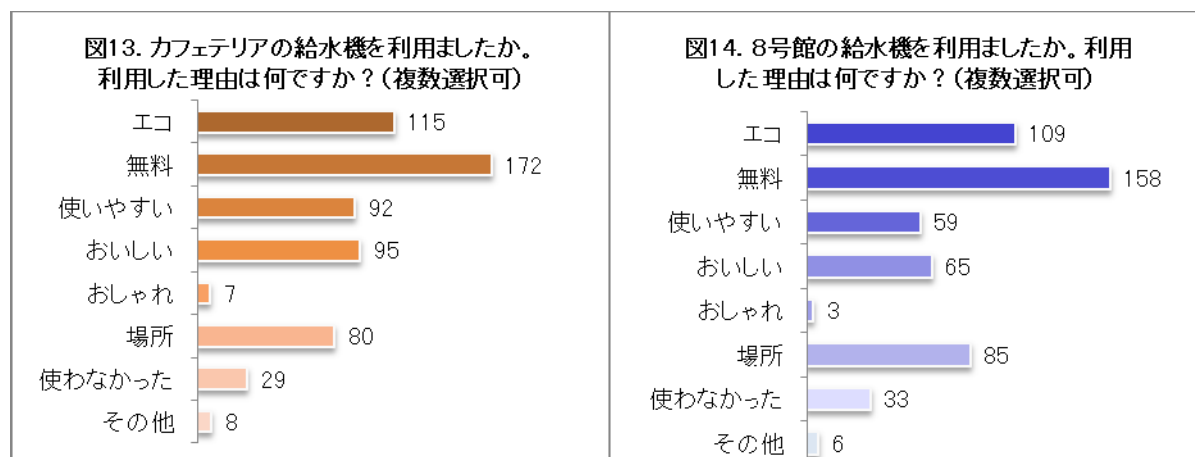
【給水機について】



上記の図 11、12 の通り、給水機は学生に非常に好評だったようです。設置を続けてほしい理由は「環境に良いから、エコだから」「エコ活動は続けることに意味がある、エコは続けるべきものだから」「ペットボトルを買わないで、給水機を利用するようになったから」「ないとペットボトルや缶ジュースを買ってしまうから」「使いやすい、便利だから」「給水機がある事でボトルを使おうと思うから」「飲み物を買わなくてすむ、経済的だから」「学生に人気で、利用者が多いから」「水がおいしいから」と様々でしたが、「給水機がある事でマイボトルを使う人が増え、エコにつながる」という認識の学生が多いようです。

また、給水機の利用状況を見ていると「空になったペットボトル」を再度利用し給水している学生が多く見られたため、マイボトルと空のペットボトルの割合を調査しました。(カフェテリアと 8 号館両方で実施。7 月 7 日～21 日のうちランダムに選んだ 8 日間、お昼休みに 30 分間調査)。結果としてはおよそ 6 割がマイボトル (このうち 4 割が今回配布したボトル以外のもの)、残りの 4 割が空のペットボトルであった事が判明しました。給水機の存在はマイボトル利用だけでなく、空のペットボトルの再利用にもつながったようです。

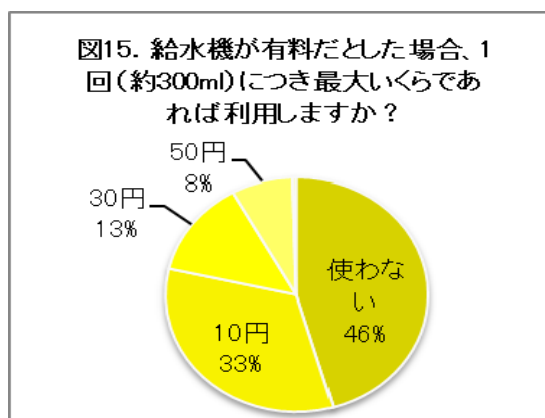
今回は 2 社から給水機をご提供いただきましたが、それぞれ利用の理由は以下の通りです (図 13, 14)。



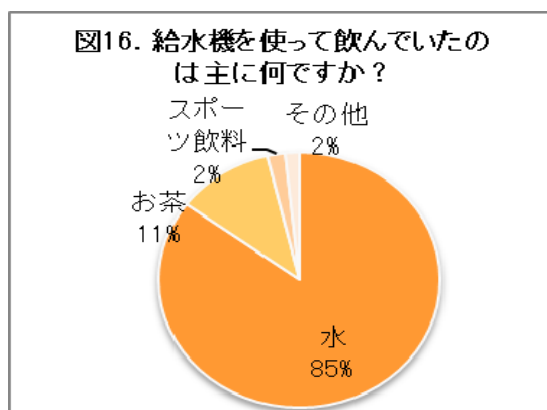
メーカーにより給水方法など機能的な違いが多少あったのですが、利用理由に大きな違いはありませんでした。いずれも、「無料だから」がトップ、「エコだから」がそれに続き、「使いやすい」「おいしい」「場所 (使いやすい場所にある)」の 3 つがその後に並ぶ形となりました。

先述の通り、今回のキャンペーンでは無料の給水機が大きな役割を果たしましたが、今後の継続設置を見据えて「有料の場合、いくらであれば利用するか」を聞いたところ

(図 15)、「有料なら使わない」が半数近くを占める結果となりました。有料の場合でも 10～30 円が多数を占め、50 円以上になると「高い」というのが学生の感覚のようです。この結果からも、経済的な面が伴わなければマイボトルの継続利用を促す事は難しい事がうかがえます。



給水機の水の活用方法について聞いたところ(図 16)、学生は普段からミネラルウォーターを買って飲んでいる事が多かったため、給水機が設置されてもほとんどの学生が水のまま飲んでいました。一部、粉末状のミックスを持参し、水を加えてドリンクを作っているという学生もいました。



【自由記入欄より】 ※抜粋

◆キャンペーン全体に関して

- ・良い取り組みだと思います。
- ・この活動によって私のエコ意識が少し高まりました。これからはタンブラーを使っていきたいです。
- ・このようなキャンペーンがこれからも継続的に行われるとうれしいです。
- ・モニターになれてよかったです。給水機が2台とも結構並んでいたの、みんな意識が高いと思いました。
- ・500円でタンブラーがもらえるのは、安いと思います。なので、その500円を返金

するのではなく、すべて寄付にまわしてもよかったと思います。

- ・ボトルを使うだけでも環境にやさしいけれど、わざわざ外国から運ばれてきた水を買うことに抵抗があったので、輸送していない水を利用することができ、助かりました。給水機は今後も設置していただけると助かります・

- ・今日は実験ということですが、これを繰り返すことによってどんどんボトルが増えてしまいます。また生徒はデザインで集めたりして、企業側もそこを利用すると思います。このエコに対する意識を示したうえで、ボトルを使ってもらうことが必要だと思います。

◆給水機関係

- ・設置を継続してほしいです。

- ・給水機の水が冷たくてすごくおいしかったです。

- ・冬にむけてお湯もあるとうれしいです。

- ・有料にしても残してほしいです。

- ・水道水の給水機が有料化するならペットボトルを買うのと一緒に、有料化したら給水機も利用する人が減り、ペットボトル飲料を使う人が増え、エコにならないと思います。

- ・水が冷たすぎて個人的に体には合わなかったです。

- ・8号館の給水機の出力が悪く、給水に時間がかかります。そのため列ができてしまい、段々ぬるくなってしまいます。量の調節が自由なのは良いです。

◆ボトル関係

- ・ボトルのデザインがかわいかったのでたくさん使いました

- ・ボトルの大きさもちょうどよく、小さなカバンにも入るサイズなので、大学だけでなく出かけるときもとても便利です。オシャレにもなるので違ったボトルも買ってみたいです。

- ・はじめはタンブラーがかわいいからという理由でもらいに行きましたが、実際使ったら保温効果もありとても良かったです。

- ・保温、保冷効果があるので良かったです。

- ・ボトルのデザインも長く使えるようなシンプルなものだし、給水機と併用して使えて本当にペットボトルを使うことがなくなりました。

- ・改善点として、飲み口が小さいので氷が入れづらいです。

- ・飲み口のゴムパッキンがとてもごむくさくてにおいが気になるし、色もイマイチです。

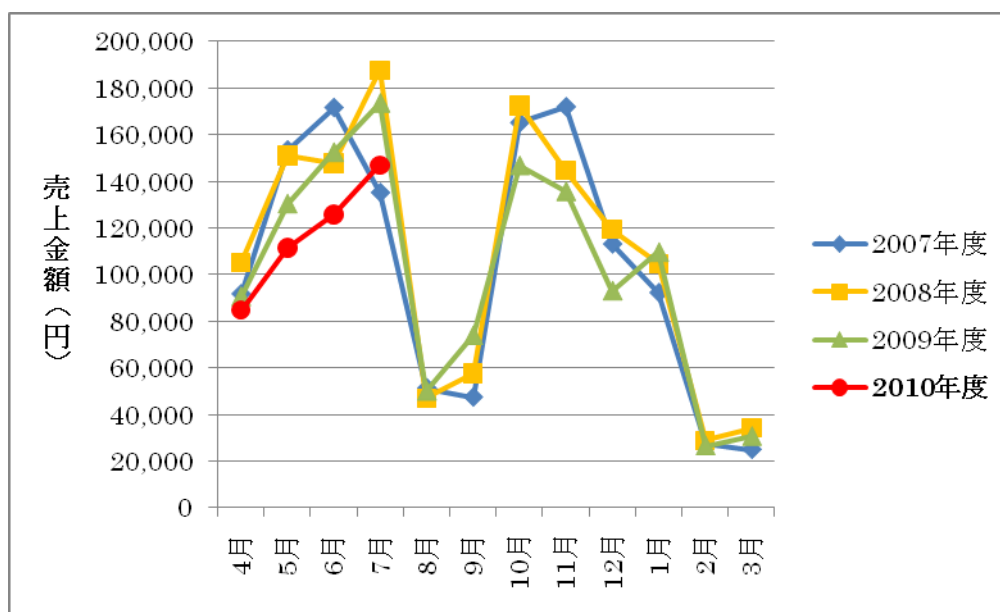
- ・直接口をつけて飲むのでボトルにグロスなどがついて気になります。ストローのようにするなど飲み口の形を改善してほしいです。

5. 自動販売機売上調査

今回の実験では、「マイボトル利用が増える＝飲料を買わなくなる＝自動販売機の売り上げが下がる」という推測から、学内の自動販売機の売上調査も実施しました。調査方法は、キャンペーン実施期間である6月と7月の売上を、前年度の同月のものと比較し変化を見るというものです。

以下はその集計結果です。

◆売上金額年度別推移



データによる比較においては残念ながら「キャンペーンによって直接的に自動販売機の売り上げが減少した」とは言い難い結果となりました。本学では、2009年度から前年度の同月比で10%ほど売り上げが低下しており、2010年度もキャンペーン前である4月、5月に関してそれぞれ16%、22%前年度の同月より低下していました。そのため、6月7月においても18%減、20%減（前年度同月比）という数字が出ましたが、これをキャンペーンのみの効果とは認められません。

しかしながら、今年度の記録的猛暑を考慮すれば、もっと販売本数が増えても良かったと推定できたものの、4月5月とあまり変わらない下げ幅だったため、その分をキャンペーンによって削減できたととらえることは行き過ぎではないと考えられます。

6. 給水量調査

今回ご提供いただいた2種類の給水機は、いずれも本体で給水量を測る事が出来たため、学生の手でそれぞれ給水量調査を行いました。以下の通り、それぞれ別の調査方法をとりましたが、最終的に500mlのペットボトル何本分利用されたかという値をもつ

て実験結果としました。

【カフェテリア給水機】

◆提供元：(株)環境向学 様

◆給水方法：タッチパネルで給水量を選び（S：300ml、M：500ml）、ボトルを入れると自動で給水

◆調査方法：パネルにサイズごとの給水回数が表示されるため、毎日回数を記録。また、累計利用回数にそれぞれの給水量を掛け、総給水量を算出し、それを 500ml のペットボトルに換算する。

◆調査期間：6月2日～7月30日

◆結果：

- ・総給水回数 10,683 回（S：6,225 回 M：4,458 回）
- ・一日平均 約 267 回（S：156 回 M：111 回）
- ・最高利用回数 474 回（S：273 回 M：201 回） 7月29日
- ・総給水量 $300\text{ml} \times 6,225 + 500\text{ml} \times 4,458 = 4,096,500\text{ml} = 4,096.5 \text{ リットル}$
500ml ペットボトル 8193 本分

【8号館給水機】

◆提供元：(株)寺岡精工 様

◆給水方法：ボトルを置きボタンを押すと、押している間給水（手動式）

◆調査方法：利用者によって給水量が異なるため、平均して1回の給水につき 200ml とし、それに給水回数を掛けて総給水量を算出。それを 500ml のペットボトルに換算する。

◆調査期間：6月2日～7月30日

◆結果：

- ・給水回数 11,229 回
- ・総給水量 $11,229 \times 200\text{ml} = 2,245,800\text{ml} = 2245.8 \text{ リットル}$
500ml ペットボトル約 4,491 本分

7. 可能性と課題

今回のキャンペーンを振り返ってみると、今後のマイボトル普及に向けての可能性と課題、この両面がはっきりと見えてきました。まず、可能性としては以下のような事が挙げられます。

◆きっかけがあれば消費者はマイボトルに関心を持つ

本学では以前から校章入りオリジナル・タンブラーを販売していた経緯もあり、世間一般よりはマイボトルへの意識は高いと感じていました。それでも本キャンペーン「前」は、実際にボトルを買って毎日使うという学生は少数派で、ほとんどの学生がペットボ

トルを持ち歩いていました。そんな状況の中、今回このようなきっかけを与えていただいた事で学生はこれまで以上の興味を示してくれました。当初、エコキャンパス研究会では、「一般の学生がそんなに興味を持ってくれないのではないか、モニターが 400 人も集まるのか」と危惧していたものですが、モニターの募集を始めると 1 時間ほどで定員に達してしまい、多くの学生が興味を持ってくれたにも関わらずタンブラーをもらえないという事態にさえなっていました。今回は特別に実質無料という形でタンブラーをご提供いただいたため、一般に同様の事を行うのは難しいと思いますが、何か少しでもボトルを手にし、実際に使うきっかけがあればマイボトル普及への足掛かりになるのではと思います。

また、今回は本学を含め 3 大学が実証実験対象校として参加しましたが、大学という場所や学生という属性に限ってみると、独自の“きっかけづくり”が行える可能性があると感じました。具体的な例として 2 つのプランを考えました。

①使ったペットボトルの“その後”の現実を知る

大学は教育機関であるため、ペットボトルの収集・分別センター、およびペットボトルのリサイクル工場などを見学に行き、学生自らがペットボトルの回収・再資源化に多大なエネルギーとコスト（税金）が費やされている事を体験学習します。これにより、学生の意識の変化を促し、マイボトルへのモチベーションに繋がります。

②プレゼントとしてのマイボトル

大学生はとりわけイベントのたびにプレゼントを頻繁に贈りあう傾向にあります。誕生日はもちろん、クリスマス、バレンタインなどの時に、友達や恋人にプレゼントとしてマイボトルを贈り合う……そのようなコンセプトでメーカーや自治体にキャンペーンを展開してもらうのはいかがでしょうか。同時に学生（エコキャンパス研究会）もそれに合わせて、大学内でタンブラーをプレゼント用の包装とともに売り出します。何もない時に、“自分用に 2,000～3,000 円のボトル”と考えると学生にとっては高価でなかなか手が出せませんが、プレゼントとして考えるとこの価格帯は決して高い方ではないと思います。特別な時には奮発するという傾向をうまく利用し、マイボトルを手にとってもらう機会を作ります。また、特別な日に、特別な誰かからもらったマイボトルであれば、棚に眠ることなく大事に使ってもらえる割合が高まるという期待もできます。

◆一度使ってみると保温性や環境負担の軽減などマイボトルのメリットを実感できる

これは学生の反応から感じた可能性です。モニターの学生にどうしてモニターになろうと思ったかという事を尋ねたところ、もちろん「エコに貢献したかったから」「前からほしかったから」という意見もありましたが、「ボトルが可愛かったから」「500 円でもらえると聞いたから」と答えた学生も少なくありませんでした。ペットボトルと比べ

て環境に優しい云々という事ではなく、単純に“ボトルを使いたい”というところからキャンペーンに参加した学生が少なからずいたようです。

彼女たちのその後の様子を聞くと「最初はデザインが良いと思っていたけど、使ってみると保温もできるし意外に使いやすい」「目に見えてゴミが減って、環境への優しさを実感した」という意見も聞かれ、使ってみて初めてマイボトルの良さ、意義に気づいていくという傾向がみられました。マイボトルへの入り口がデザインなどエコ以外のものであったとしても、結果的にはエコ、環境へのやさしさにつながる実感というのは普及に向けて大きな可能性だと感じます。そのため、エコだけに固執せず、それにプラスしてマイボトルの利点を消費者により一層伝える事も重要だと考えます。

◆ボトルに飲料を補給できるスポットの充足により、普及から定着へと向かうことができる

より進んだ形でマイボトルを習慣として定着させる方法のひとつとして、補給スポットが果たす役割は大きいと感じました。アンケート結果でも明らかになったように、自宅から飲み物を入れてくる学生は少数派で、多くは学校にボトルだけを持ってきて給水機で水を入れるという使い方をしていました。「給水機がないとマイボトルが使いにくくなる」というコメントが多く寄せられたように、“ペットボトルを買うのと同じくらいの手間でマイボトルを使いたい”という消費者の声に応えるには、給水機をはじめとする「補給スポット」の存在は必要不可欠です。

また、給水スポットはマイボトル普及の象徴的な場所としての役割も担えると感じました。マイボトルの普及が難しい理由のひとつは、マイバックのように一定の人が一定の場所で使うものではないからです。各々が各々のライフスタイルに合わせて、多種多様な場所で、多種多様な使い方をしているために、ある程度共通した認識を持ちづらいのではないかと思います。だからこそ、補給スポットという共有のスポットがある事によって、これからはマイボトルを使っていこうという雰囲気作りがしやすくなると感じました。今回も、最初はモニターの対象が学生だけという事で給水機の利用も学生がほとんどでしたが、学生が給水している姿を見て、徐々に職員の皆さんもボトルや空のペットボトルを手に給水しに来てくれるようになりました。授業中に机の上にボトルが並んでいるだけでは学生や一部の職員の方にしか目につきませんが、給水機がある事で多くの人の目に留まりやすく、マイボトルに目を向ける好機になっているように感じました。

一方、キャンペーンを通して感じた課題は次のようなものです。

◆大々的なキャンペーンが終了し、2か月間の夏休みもはさんでしまったため、学生がタンブラーを棚にしまったままになってしまう可能性がある。どのように継続した利用を促すか。

これはキャンペーン前から危惧していた点です。学生の言葉を借りれば「エコ活動は続ける事に意味がある」のですから、今回もらったタンブラーをわずか2カ月で筆筒の肥やしにしてしまっただけでは何の意味もありません。また、今回のキャンペーンの趣旨も「マイボトル利用を習慣化させる」事であり、「マイボトルを持ってもらふ事」ではありません。実感としてもこの点を学生に伝えきれていない部分があり、今後のキャンペーンのさらなる拡大や再び同様のキャンペーンを行うにあたり、取り組むべき課題だと考えます。

◆今回、興味はあったが定員になれなかった学生及び職員の皆さんをはじめ、より多くの人にマイボトルユーザーになってもらうにはどうすれば良いか。

今回は実質無料でタンブラーがもらえるという事で予想以上の反響があり、モニター募集に学生が殺到しましたが、すべての消費者に対して同じ取り組みができるわけではありません。そんな中でどのようにマイボトル利用を普及させていくか、興味がある方はともかく興味がない方も巻き込んだムーブメントにしていくかは、最も基本的であり最も難しい課題といえると思います。本学ではこれまで行ってきたオリジナル・タンブラーの販売同様、エコキャンパス研究会を中心に今後も継続的にマイボトル普及に向けての活動を行っていきたいと考えていますが、その手法についてはまだまだ検討する必要があります。

◆学生の意見にもあったが、マイボトルが普及するのは良いけれど、学生（女性）の傾向として様々なデザインを集めたくなり、一人でも何本も持つ人が出てくる。結局それは大量生産・大量消費・大量廃棄につながってしまい、エコでなくなってしまう。理想のマイボトルユーザーの姿とは？

マイバック・ブームがそうであったように、マイボトルでも同様の事態が想定されます。本義的には、マイバックはレジ袋の代わりに、マイボトルはペットボトルやビンの代わりに利用するから意味を持つのです。しかし、洋服やアクセサリ同様、デザインの違うものをいくつも集め、その日の気分によってボトルもチェンジする、そこまでは良いとしても季節ごとに新しいものを買って、古いものは棚に並べたままコレクションに……となってしまった場合、果たしてそれで良いのかという疑問が残ります。マイバックやマイボトル運動に批判的な意見の多くはこの点に関するものです。アンケート結果の項目内でLCAというものにも触れましたが、今後またこのようなキャンペーンを行う際には、「持つこと」だけでなく、「使うこと」により焦点を当てる必要があると思います。

「マイボトルによる本当のエコとは何なのか」常にこれを考えながら、マイボトルが単なるブームで終わらないよう工夫していかなければならないと感じました。

8. おわりに

今回のキャンペーンでは、学内・学外双方から多くの方のご協力を賜り、無事に実証実験対象校という大役を終了する事ができました。ボトルを持った学生がキャンペーン前よりも明らかに増え、給水機に出来た長い列を思い出しても、今回のキャンペーンはひとまず成功したと言っていいと思います。それもこのキャンペーンのために多大なご支援をいただいた皆様のおかげです。

まず、計 400 本ものボトルを提供してくださった、サーモス（株）様、タイガー魔法瓶（株）様のご協力がなければ、今回のキャンペーンは成り立ちませんでした。校章を入れてほしい、色はこの色が良いなど、学生の我儘に伝えてくださり、おしゃれに並々ならぬこだわりを持つフェリス生が気に入るようなボトルにさせていただき、本当にありがとうございました。皆様からご提供いただいたボトルが、今後も学生たちに大切に使用されるよう努力してまいります。

次に、給水機をご提供くださった（株）環境向学様、（株）寺岡精工様におかれましては、設置だけでなく、より多くの人に興味を持っていただけるようチラシやパネルを用意してくださったり、定期的に様子を見に来ていただいたりと、キャンペーン期間を通して大変お世話になりました。こんなにも学生から給水機が愛されるようになったのは、皆様のご尽力のおかげであると思っております。

マザーウォーター（株）様には、予算の面でご支援いただき、こちらがやりたい事を形にする上で必要不可欠な役割を果たしていただきました。今回は直接的に関わることはありませんでしたが、今後また何かの企画でご一緒させていただける事を楽しみにお待ちしております。

横浜市水道局、環境省、そして地球・人間環境フォーラムの皆様には、学生が直接お世話になる事も多く、最もご迷惑をおかけした事と思います。ご多忙な中で、私たち学生の意見でも真摯に受け止め検討してくださり、そして何よりこのようなキャンペーンを行う機会を本学に与えてくださって本当にありがとうございました。

また、このキャンペーンを行うにあたり学内施設の確認や適確なアドバイスをしてくださった学内職員の皆さん、チラシ・ポスターのデザイン・印刷にご協力いただいた榊野毛印刷社様ほか、このキャンペーンに関わった全ての皆様に心より御礼申し上げます。

今後の展開としましては、エコキャンパス研究会を中心に活動を続け、今回浮かび上がった改善点をひとつずつ解決していきたいと思っております。例えば、タンブラーに関して若い学生・女性ならではの意見が多数寄せられました。

そこで、あまり「女性向けのタンブラー」というものは見られないため、彼女たちの生の声を反映し、より使いたくなるタンブラーが登場すれば、今後のマイボトル普及に多いに役立つと考え、現在フェリス生が考案する女性向けタンブラーの制作企画を検討しております。理想としては、メーカー様にご協力いただき、女性向けオリジナル・タンブラーを共同で開発し、大学等で販売する（数百本～千本）という形で実現できれば

と考えています。メーカー様にとっても“女性向け”というひとつのブランドを手に入れる良い機会になると思いますし、生産していただいたタンブラーはすべて本研究会が売り切れるまで販売に責任を持ちますので在庫を抱えるという心配ありません。もしこのプランが実現すれば、かなり大きな一歩を踏み出せるのではないかと期待しております。厚かましいお願いである事は重々承知しておりますが、ご協力いただける方、少しでも興味を持ってくださった方は、是非ともご連絡下さい。皆様からの今一度のご協力を、学生一同心よりお待ちしております。

最後になりましたが、皆様のご協力によりキャンペーンは予想以上の盛り上がりとなりました。効果に関しては改めて言うまでもないと思います。しかし、報告書内でも述べましたように今後のさらなるマイボトル普及に向けては、まだまだ多くの課題が山積しています。今回の皆様からのご協力を無駄にしないよう、今後もマイボトル普及に向けて邁進していきたいと思っております。

(報告書作成：フェリス女学院大学エコキャンパス研究会)

第2節 横浜市立大学

横浜市立大学では、環境サークル「STEP UP↑」、学生生協委員会「Warp」、大学生協と協働で、飲料容器等のごみの減量化、学生の環境意識の向上を図るとともに、今後の学内でのマイボトル普及の可能性を探るための実証実験を行った。

実証実験では、学生から 500 名のモニターを募り、マイボトル（ステンレス製魔法瓶、水筒等）を使うとともに、給水スポットの設置、学食等でマイボトルを使う人への飲料の割引等、マイボトル・マイカップが利用しやすい環境を整備し、マイボトル・マイカップの拡大に向けた課題の把握、環境整備の効果の把握を行った。

【主催】横浜市立大学、環境省

【共催】象印マホービン(株)、ピーコック魔法瓶工業(株)、(株)スター商事、(株)環境向学、(株)寺岡精工、(社)日本ボトルウォーター協会、東レ(株)、横浜市水道局

【期間】2010 年 6 月 1 日（火）～2010 年 7 月 30 日（金）

【場所】横浜市立大学金沢八景キャンパス（横浜市金沢区瀬戸 22-2）

【給水スポット設置場所】いちょうの館、本校舎 1 階廊下、シーガルセンター2F

【モニター】横浜市立大学の学生 計 500 名

【実証実験の流れ】

- 1) モニター登録後、ボトルを大学生協売店で受け取る（デポジット金 500 円支払う）
- 2) 実証実験期間中に、学内 3 箇所の給水スポットを利用しボトルを 3 週間使用する
- 3) 3 週間のボトル使用後にアンケート回答（デポジット金<食堂利用券 500 円>返却）
※ ボトルは引き続き使用可（返却不要）
- 4) アンケートの分析、実証実験の検証

<横浜市立大学実証実験最終報告書>

横浜市立大学では、幅広い教養と高い専門能力を兼ね備え、21 世紀の未来社会を担うリーダーシップと国際感覚を持つ人材を育成する中で、教育、研究、診療活動を通じて環境保全活動に積極的に取り組み、地域社会と地球環境に貢献することを「環境方針」として掲げており、ごみの減量化や資源化、省エネルギー対策、さらには CO₂ 削減などに取り組んでいます。

また、下記の学生の自主的な環境活動があり、このような環境活動に対して大学としても協力をしています。

ーリサイクルできる弁当容器の導入

ー大学祭において、使い捨て容器を削減するため、飲食用のリユーストレイやリユースコップを導入

ー大学祭での来場者へのごみの分別の案内

ー卒業生が巣立つ際にいらなくなった日用品を引き取り、新入生に提供する

「リユース市」や「エコチャリ」の実施
 ーペットボトルのキャップ回収箱をキャンパス内に設置し、回収後、業者に委託し
 ベンチや建材にリサイクル

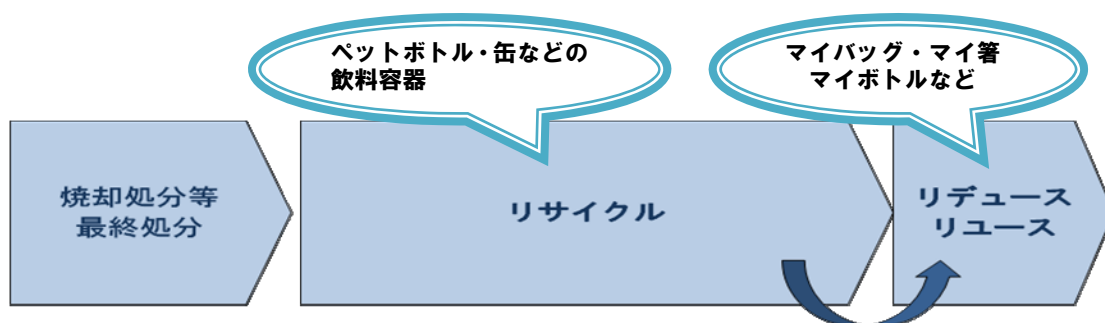
このような中で、環境省から「マイボトル・マイカップキャンペーン」の案内をいただき、ペットボトル等のごみの減量化を推進するため、横浜市立大学も参加することになりました。このキャンペーンに参加することで、学生・教職員・地域住民の環境意識の向上を図り、地域環境・地球環境の改善に寄与することも考えています。

◆なぜマイボトルを導入？（リサイクルからリデュース、リユースへ）

横浜市大のごみの量は？

ペットボトル	19 万本
缶・紙パック	4 万本
合 計	23 万本

※八景キャンパス H21 飲料水販売実績（出所：大学生協）



ーリデュース（ごみの発生抑制）

飲み物を買う時に、マイボトルを持参するとペットボトルや缶、使い捨てカップなどのごみを出しません。

ーリユース（再使用）

マイボトルを繰り返し使うことにより、使い捨てカップなどのごみが出ません。

1. 実施内容

本キャンペーンでは、全国の3大学（横浜市立大学、フェリス学院大学、大阪大学）において、マイボトル(500 個)の配布と利用可能なインフラ整備(5 ヵ所)を通じて、取組の定着の程度と環境負荷削減効果を検証することになりました。

横浜市立大学では、環境サークル「STEP UP↑」、学生生協委員会「Warp」、大学生協と協働で、今後の学内でのマイボトル普及の可能性を探るための実証実験を下記のとおり行いました。

(1) キャンペーンに参加した目的

- ①学生等の環境意識の向上を図る
- ②使い捨て飲料容器の削減（地域環境、地球環境の改善に寄与することで地域貢献を果たす）

(2) 環境整備

※設置した給水機は、メーカー等からの無償で提供いただきました。

①給水場所の整備（5 か所）＜浄化装置付給水機（2 機）、ボトル型給水機（3 機）＞

	給水機 1	給水機 2	給水機 3	給水機 4 (2 器)
設置場所	本校舎 1 階	いちょうの館	いちょうの館	シーガルセンター
設置風景				
協力企業	株式会社環境向学 Aqua Street	株式会社寺岡精工 TERAOKA	(社)ボトルウォーター協会 JBWA	(社)ボトルウォーター協会 JBWA

②洗浄場所の整備（流し場への案内表示）

(3) ボトルの配布と学生モニターの募集

①ボトルモニター

横浜市立大学の学生計 500 名（募集開始から 7 日間で定員となる）

- ・マイボトルの学内普及・モニタリングのため、学生モニターに 500 本のシンボルマーク入りボトルを配布
- ・アンケートの回収率を上げるため、ボトル配布時に 500 円を徴収し、3 週間後のアンケート回収時に 500 円分の生協金券を進呈するデポジット制
- ・PR 活動や口コミなどの効果もあり、キャンペーン開始後 1 週間で 500 本すべての配布が終了

②配付ボトル※配付したボトルは、ボトルメーカー等からの無償で提供いただきました。

	ボトル 1	ボトル 2	ボトル 3	ボトル 4
配付個数	200 本	100 本	100 本	100 本
配付ボトル				
協力企業	ピーコック 魔法 瓶工業(株) 	象印マホービン (株) 	象印マホービン (株) 	(有)スター商事 

③実証実験の流れ

- ・モニター登録後、ボトルを大学生協売店で受け取る（デポジット※金 500 円支払う）
- ・実証実験期間中に、学内 3 箇所の給水スポットを利用しボトルを 3 週間使用する
- ・3 週間のボトル使用後にアンケート回答（デポジット金＜食堂利用券 500 円＞返却）
- ・アンケートの分析、実証実験の検証

(4)キャンペーンの定着化に向けた取組

①学生による広報活動（P R ボードの掲示、ポスター掲示、チラシ配布）

- ・6 月 1 日のキャンペーン開始に合わせて、キャンパス内には数種類のキャンペーンポスターを掲示
- ・学生モニターにボトルを配布する大学生協では、定期配信のメルマガにキャンペーンの詳細

やモニター募集の告知を掲載し、大学のポータルサイトでもキャンペーンの記事を掲載し、学生への周知を図りました。



マイボトル・マイカップキャンペーン

実施期間 6月1日～7月30日
実施場所 金沢八景キャンパス

みなさんはゴミ削減の熱に重要とされる**3R活動**をご存知ですか？**3R**とは**Reduce**(減らす)・**Reuse**(再利用する)・**Recycle**(再資源化する)の頭文字を取って作られた言葉です。この3Rのうち**2R(Reduce!リデュース・Reuse!リユース)**を推進しようという試みでこのキャンペーンが始まりました！みなさんもマイボトルやマイカップを持参して、ペットボトルや紙コップなどの使い捨て容器のごみを減らしましょう！（主催：横浜市立大学・環境省）

＜学内に4つの給水機＆ウォーターサーバーを設置＞

- ① 本校舎1階（学務課前の廊下）：給水機
- ② いちようの館：給水機
- ③ シーガル2階（2カ所）：サーバー

学内のこの3ヶ所に設置します。利用はもちろん無料！冷たいお水が給水でできます！

この3ヶ所では給水機やサーバーを置くだけでなく、洗浄スポットも用意しているためボトルを自由に洗うことができます！

また、洗浄スポットはこの他にも商文棟1階ビデオホール横と総研棟1階に設けています。



○ 給水スポット・洗浄スポット
● 洗浄スポットのみ

ここは給水スポットです！

※この裏に給水・洗浄スポットがあります！

学内の給水スポット
・いちようの館
・シーガル1階
・本校舎1階 学務課前廊下

学内の洗浄スポット
・シーガル1階
・本校舎1階 学務課前トイレ
・地文棟1階 給湯室
・商文棟1階 給湯室

マイボトルやマイカップを持参して！
マイボトルを持参してペットボトルのごみを削減しよう！

Presented by 環境サークル STEP UP↑

ここは洗浄スポットです！

学内の洗浄スポット
・シーガル2階 生協購買部
・本校舎1階 学務課前廊下
・いちようの館
・総研棟1階・商文棟1階

マイボトルやマイカップを持参して！
マイボトルを持参してペットボトルのごみを削減しよう！

Presented by 環境サークル STEP UP↑

MYボトル・MYカップ

キャンペーン!!

実施期間 6月1日～7月31日

実施場所 金沢八景キャンパス

参加費 無料

抽選 100名

賞品 500円分

抽選方法

1. マイボトル・マイカップを持参した方が対象

2. マイボトル・マイカップを持参した方が対象

3. マイボトル・マイカップを持参した方が対象

4. マイボトル・マイカップを持参した方が対象

5. マイボトル・マイカップを持参した方が対象

6. マイボトル・マイカップを持参した方が対象

7. マイボトル・マイカップを持参した方が対象

8. マイボトル・マイカップを持参した方が対象

9. マイボトル・マイカップを持参した方が対象

10. マイボトル・マイカップを持参した方が対象

マイボトル・マイカップ

キャンペーン

実施期間 6月1日～7月31日

実施場所 金沢八景キャンパス

参加費 無料

抽選 100名

賞品 500円分

抽選方法

1. マイボトル・マイカップを持参した方が対象

2. マイボトル・マイカップを持参した方が対象

3. マイボトル・マイカップを持参した方が対象

4. マイボトル・マイカップを持参した方が対象

5. マイボトル・マイカップを持参した方が対象

6. マイボトル・マイカップを持参した方が対象

7. マイボトル・マイカップを持参した方が対象

8. マイボトル・マイカップを持参した方が対象

9. マイボトル・マイカップを持参した方が対象

10. マイボトル・マイカップを持参した方が対象

マイボトル・マイカップキャンペーン

6月1日～7月31日

実施場所 金沢八景キャンパス

参加費 無料

抽選 100名

賞品 500円分

抽選方法

1. マイボトル・マイカップを持参した方が対象

2. マイボトル・マイカップを持参した方が対象

3. マイボトル・マイカップを持参した方が対象

4. マイボトル・マイカップを持参した方が対象

5. マイボトル・マイカップを持参した方が対象

6. マイボトル・マイカップを持参した方が対象

7. マイボトル・マイカップを持参した方が対象

8. マイボトル・マイカップを持参した方が対象

9. マイボトル・マイカップを持参した方が対象

10. マイボトル・マイカップを持参した方が対象

（環境サークル STEPUP↑）

②学生によるPR活動（エコイチデー、ビアパーティーなど）

◆エコイチデー

- ・実施日：6月28日(月)・7月5日(月)の昼休み
- ・場 所：八景キャンパス シーガルセンター前
- ・目 的：マイボトル・マイカップキャンペーンをより多くの方に知ってもらうこと
- ・内 容：マイボトル・マイカップを持参してくれた方の中から各日先着合計100名の方に紅茶のポーションやスポーツドリンクの粉末をプレゼント
- ・感 想：横浜市大のイメージキャラクター“ヨッチー”も登場し、たくさんの方に参

加してもらい、たいへん盛り上がりのあるイベントになりました。当日は横浜市資源循環局の皆さんと一緒に、ごみの分別の大切さについての紹介も行い、学生の環境保護への意識向上にもつながりました。

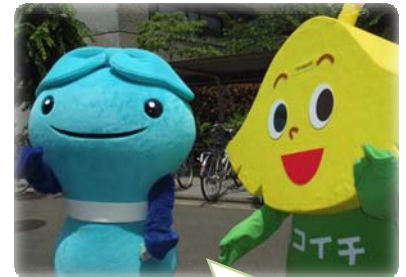
(環境サークル STEPUP ↑)



マイボトル・マイカップキャンペーンを広めることが目的で行ったエコイチデーでしたが、環境保護について改めて考えるよい機会となりました。



横浜市資源循環局さんによるごみ分別についての展示☆



「ヨコハマはG30」のマスコットキャラクター「へら星人ミーオ」と市大キャラクター「ヨッチー」の夢のコラボレーションが実現！

◆ビアガーデン

- ・実施日：6月29日(火)・7月2日(金)
- ・場 所：八景キャンパス シーガルセンター前
- ・目 的：マイボトル・マイカップキャンペーンの成功のためには個々人の環境への意識が重要となるため、そのためにまずは環境に関心を抱いてもらうこと。
- ・内 容：
 - ①洗って繰り返し使える容器「リユースカップ」で飲み物を提供
 - ②リサイクル可能な「リ・リパック」で食べ物を提供、またビアガーデン中に行なわれるイベントにてマイボトル・マイカップキャンペーンに関する〇×クイズを行なうことでマイボトル・キャンペーンの認知度上昇を目指しました。
- ・感想：とても多くの方が来場し、「リ・リパック」「リユースカップ」を利用していました。あわせて、〇×クイズでキャンペーンの紹介を行なったことで横浜市大が環境に力を入れているということを伝えることができました。





← リ・リパック

リユースカップ →



◆今後の取り組み（環境サークル STEP UP↑）

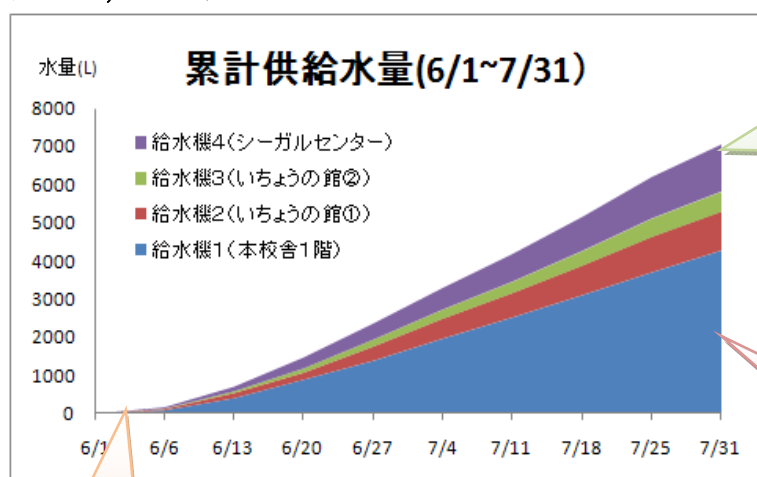
- ・今回のキャンペーンで、ゴミの削減や環境問題に興味を持ってくれた学生が、今後も参加できるようなイベントを企画したいです。
- ・「マイボトル・マイカップキャンペーン」に興味を持っている他団体もあるようなので、そういった団体などにうまく情報提供やアドバイスができれば、キャンペーンの普及に貢献できると考えています。
- ・その他の活動では、毎年行っている「浜大祭」（大学祭）での環境保全活動に、今年も全力で取り組みたいと思います。再利用できるトレイやカップを使用したり、来場者に分別を案内したりして、「浜大祭」で出るゴミの減量化を図ります。その他にも、身近な環境問題にコツコツ取り組んでいきたいと思っています。

2. キャンペーン実績

キャンパス内の3ヶ所に設置された給水スポットで、一週間毎の供給水量を計測し、使用状況を確認しました。その結果を、グラフにまとめました。（7月末現在）

（環境サークル STEP UP↑）

(1) 給水量：7,036 リットル



供給水量から、徐々にキャンペーンが浸透・定着していった様子が伺えます。

最終日、合計の供給水量は **7,036** リットルでした。ペットボトル (500ml) に換算すると、約 **1.4** 万本です!!

人気の給水スポットでは、一週間で約 **600** リットルも給水されています。

【参考】給水設置場所別と利用状況

(単位:L)

	給水スポット 1 本校舎 1 階	給水スポット 2 いちょうの館		給水スポット 3 シーガルセンター 2 階	合 計
	給水機 1	給水機 2	給水機 3	給水機 4	
合計	4,265.0	1,019.0	528.0	1,224.0	7,036.0

ペットボトル (500ml) 削減量 (理論値) ⇒14,072 本のペットボトルを削減

(3) 地域への情報発信

- ①メディアによる情報発信 (神奈川新聞社、日本経済新聞社、日本水道新聞社ほか)
- ②横浜市主催イベント「来て・見て・さわって楽しく学ぶエコ学級」
(横浜・八景島シーパラダイス) での取り組みに関するパネル展示

(4) マイボトルを持ったヨッチーデザインを制作



3. アンケート

(1) キャンペーンの目的

飲料容器等のごみの減量化、学生の環境意識の向上を図るとともに、今後の学内でのマイボトル普及の可能性を探るため、環境省が実施する「マイボトル・マイカップキャンペーン」の実証実験に参加しました。

横浜市立大学は、環境サークル「STEP UP↑」、学生生協委員会「Warp」、大学生協と協働で実験を実施。モニター期間(6月1～30日)、アンケート回収期間(7月1日～30日)を決め、本学の学生からモニターを500名募り、マイボトル(ステンレス製魔法瓶、水筒等)を使うとともに、浄水器・給水機の設置、学食等でマイボトルを使う人への飲料の割引等、マイボトル・マイカップが利用しやすい環境を整備し、マイボトル・マイカップの拡大に向けた課題把握、環境整備の効果把握を行いました。

(2) アンケート集計結果

学生モニターのアンケート集計

最終結果：回収率：72.6% 363/500 人

◆モニターへ参加した理由

全回答数(複数回答可)	650	
飲料代節約	296	45.5%
保温、保冷のため	174	26.8%
廃棄物を減らすため	95	14.6%
好きな時に飲みたいから	46	7.0%
かっこいい、おしゃれ	13	2.0%
その他	26	4.0%

◇やはり昨今の経済状況を考えると飲料の消費にも影響があるようだ。「飲料代節約」と答えた回答者が全回答数の 45% 近くを占めた。

◆モニター参加中のマイボトル使用頻度

全回答数	360	
毎日使用した	121	33.6%
週 3～4 回は使用した	205	56.9%
1～2 回使用後まったく使用しなかった	34	9.4%

} 全回答数の 90.5%

◇全回答者の 90.5% は週 3～4 日以上マイボトルを使用していた。特に、3 分の 1 近くの回答者がマイボトルを毎日使用していたという結果に注目したい。彼らのように、大学生にとって生活の一部としてマイボトルが定着する可能性は大いにあるということが現れている。

◆主に飲料を飲んだ場所

全回答数(複数回答可)	524	
教室・研究室	328	62.6%
学内食堂・学内喫茶店等	104	19.8%
自宅	36	6.9%
その他	56	10.7%

◇やはり学生であるため大学構内が大多数を占めた。「その他」の意見としては、「行き帰りの電車」など登下校中が多く見えた。

◆学内店舗(自動販売機含む)において一週間に購入していたペットボトル飲料の本数

モニタリング前

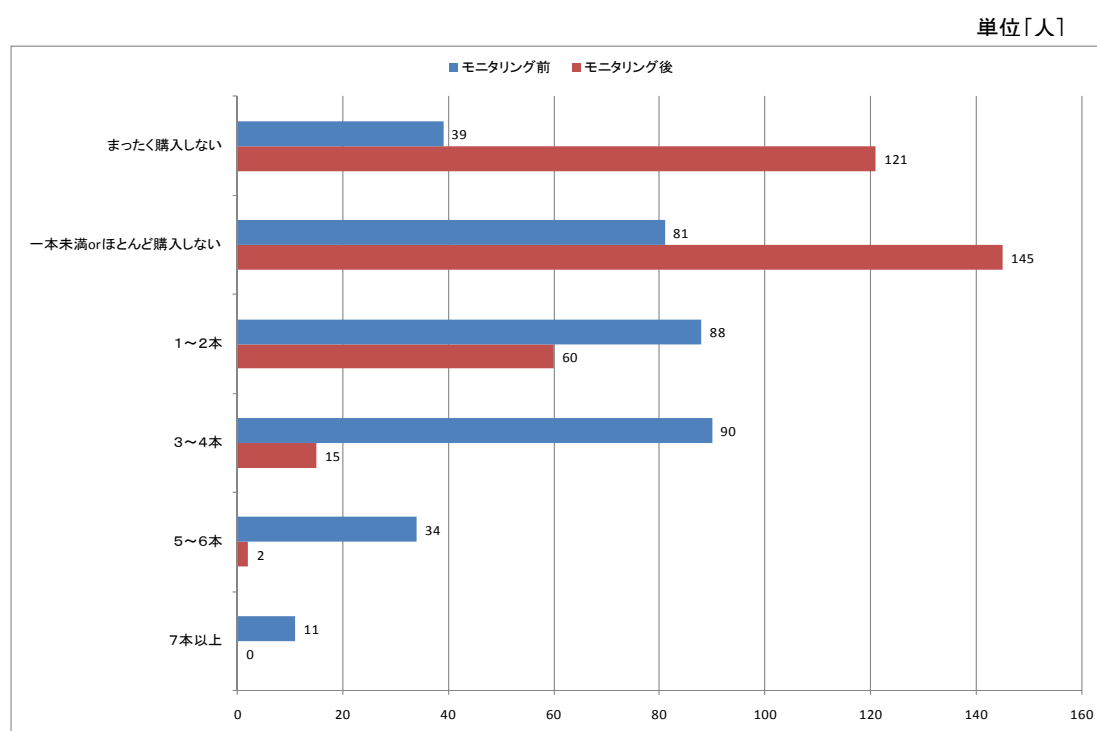
全回答数	343	
まったく購入しない	39	11.4%
一本未満 or ほとんど購入しない	81	23.6%
1～2本	88	25.7%
3～4本	90	26.2%
5～6本	34	9.9%
7本以上	11	3.2%

モニタリング後

全回答数	343	
まったく購入しない	121	35.3%
一本未満 or ほとんど購入しない	145	42.3%
1～2本	60	17.5%
3～4本	15	4.4%
5～6本	2	0.6%
7本以上	0	0.0%

◇3～7 本以上購入するという回答者数はモニタリング後に激減している。マイボトル導入によって、モニタリング以前に多くペットボトルを購入していた人ほど、モニタリング後の買い控えが起きやすい。またまったく購入しないという回答者数はモニタリング前後で3倍程に増えている。モニタリング前「まったく購入しない」もしくは「一本未満 or ほとんど購入しない」という回答は120名(全体の35%)だったのに対し、モニタリング後は266名(77.6%)に上昇した。全体的にみると、回答者のペットボトルの消費数は激減した。

※.グラフ



◆学内店舗(自動販売機含む)において一週間に購入していたペットボトル以外の飲料(缶、紙パック)の本数

モニタリング前

モニタリング後

全回答数	344		全回答数	344	
まったく購入しない	79	23.0%	まったく購入しない	147	42.7%
一本未満 or ほとんど購入しない	102	29.7%	一本未満 or ほとんど購入しない	113	32.8%
1～2本	79	23.0%	1～2本	63	18.3%
3～4本	65	18.9%	3～4本	18	5.2%
5～6本	10	2.9%	5～6本	2	0.6%
7本以上	9	2.6%	7本以上	1	0.3%

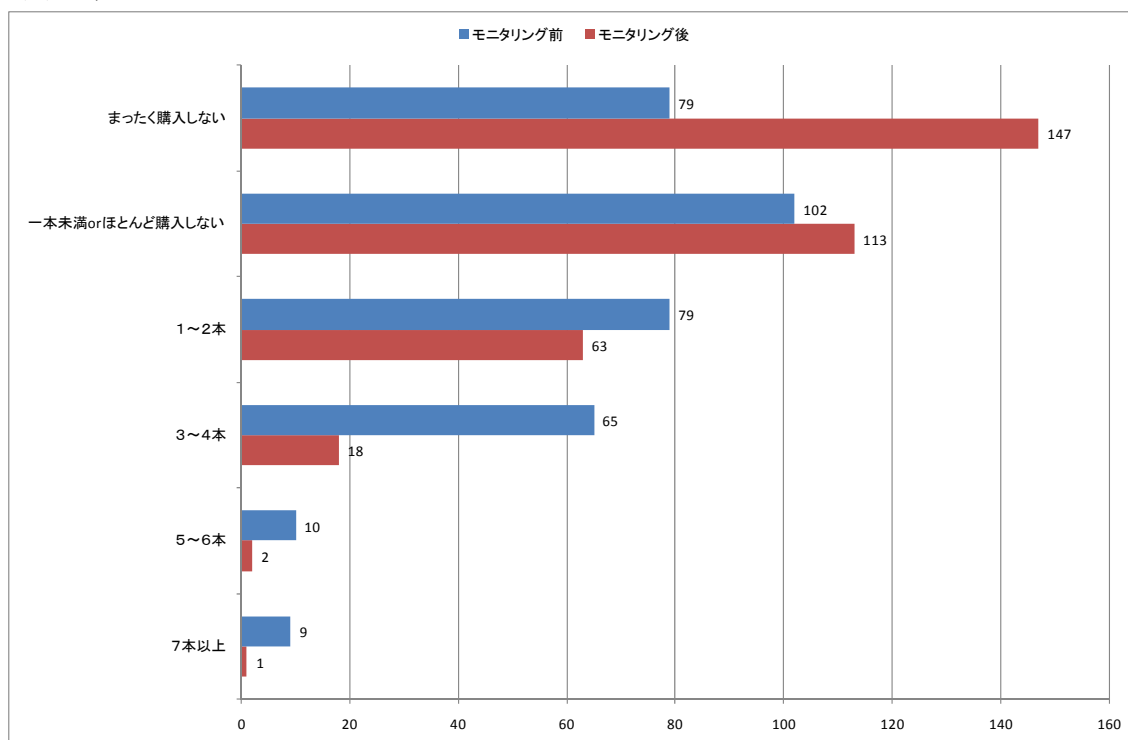
◇ペットボトルの消費同様、モニタリング前後で3～7本以上の消費数に大きな変化が現れた。「一本未満 or ほとんど購入しない」の回答数の変化は少なかったものの、「まったく購入しない」と答えた回答者数は約2倍に増加した。

ペットボトル飲料の消費数に比べ変化が少なかった理由として以下の点が考えられる。

- ・缶、紙パックの場合持ち運ぶことを想定せずに購入するため、マイボトルの利点の一つである保温性が重要視されない
- ・ペットボトル飲料よりも若干安価であるため、経済的という点でマイボトルを優先

※.グラフ

単位[人]



◆モニター期間中ボトルに入れていた飲料の種類

全回答数(複数回答可)	825	
浄水した水	225	27.3%
ボトルウォーターを使用した水またはお湯	196	23.8%
お茶	181	21.9%
水道水	71	8.6%
市販の水	64	7.8%
紅茶	29	3.5%
コーヒー	26	3.2%
スポーツドリンク	23	2.8%
その他	10	1.2%

◇浄水器の水(浄水した水、ボトルウォーターを使用した水またはお湯)を利用した回答者数は 421 名であり、全回答数の 51%を占める。モニター参加者の半数以上がマイボトルに浄水器の水を入れて利用していたという結果である。

■今後マイボトルを継続して利用する意思はあるか(「はい」と答えた場合はその理由)

全回答数(複数回答可)	400	
はい：経済的だから	247	61.8%
はい：環境に良いから	115	28.8%
はい：ボトルのデザインがいいから	25	6.3%
はい：その他	10	2.5%
いいえ	3	0.8%

◇圧倒的多数の回答者が継続利用を希望すると答えた。理由はモニター参加理由の項目にもあったが「経済的だから」という声が大きいの。全回答者の 99.3%がマイボトルの継続利用を希望している。

「いいえ」と答えた数はわずか 3 と極めて少ない。「いいえ」と答えた理由の一つとして給水所が少ないことへの不満が書かれていた。マイボトルへの不満というよりは給水所への不満と見る。

◆期間中マイボトルを使用していなかった理由(「まったく使用していなかった」と答えた方のみ)

全回答数	70	
持ち歩くのが邪魔	32	45.7%
洗うのが面倒	18	25.7%
ボトルの容量が少なかった	7	10%
飲料を提供する店が少なかった	5	7.1%
使う気が無かった	1	1.4%
その他	7	10%

◇「持ち歩くのが邪魔」「洗うのが面倒」という理由が約 70% 占める。ボトルの問題点ともいえる。

◆今後給水機を継続して利用する意思はあるか(「はい」と答えた場合はその冷水・温水どちらの利用か)

全回答数	335	
はい：冷水	220	65.7%
はい：温水	2	0.6%
はい：どちらも	98	29.3%
いいえ	15	4.5%

◇全回答者の 95.5%は給水機の継続利用を希望している。温水のみ提供する給水機よりは冷水のみ提供、さらに言えばどちらも提供できる給水機を希望するという意見が結果に表れている。

「いいえ」と答えた回答者の理由として上記にもあるが「給水所が限られていること」が多い。

◆給水機が有料の場合、一回(約 300ml)につき最大いくらであれば利用するか

全回答数	335	
有料では使わない	195	58.2%
10 円	80	23.9%
30 円	43	12.8%
50 円	16	4.8%
70 円	1	0.3%
100 円	0	0.0%

◇「経済的」であるというのがマイボトルや給水機利用の一つの要因であるため、「有料では使わない」という声はやはり大きかった。今後給水機を設置することになった場合は、利用料金は慎重に設定しなければならない。

◆キャンパス内に設置する際の希望設置場所

全回答数	500	
本校舎 1 階廊下	165	33.0%
シーガルセンター	165	33.0%
いちちょうの館	91	18.2%
その他	79	15.8%

◇本校舎やシーガルセンターなど頻繁に利用する施設内への設置希望が多い。

「その他」は「体育館」「総合研究棟」などの声が多かった。

◆環境問題に興味あるか

全回答数	354	
とても関心がある	125	35.3%
少し関心がある	206	58.2%
あまり関心がない	15	4.2%
全く関心がない	8	2.3%

◇非常に多くの学生が環境に関心を持つと答えている。環境問題に関心を持つと答えた学生は 331 名であり、全回答者数の 93.5%を占める。

◆今回のモニター実験でよかったと思う点（記述回答）

- ・無料でマイボトル、水筒がもらえた、無料宣伝は良い(他 3 8 人)
- ・マイボトルが安価で入手できた（他 6 人）
- ・夏場、のどが渇くので便利(他 2 人)
- ・モニターを行うという情報の流し方がよい
- ・マイボトルは不便だと思っていたが意外に持ち運びしやすかった。(他 1 人)
- ・「マイボトルを持つ」という習慣ができた(他 7 人)
- ・マイボトルがどんなものなのかキャンペーンをきっかけに体験できた(他 1 人)
- ・マイボトルを使用できた点
- ・もともとマイボトルを利用していたが、「学校で保水できることでさらに使いやすくなった」(他 7 人)
- ・荷物が重い日は自宅から飲み物を持参するのを躊躇いがちだったが、このキャンペーンにより持参がより意識づけされた。
- ・ペットボトルや缶、紙パック飲料を買う数が減った(他 3 6 人)
- ・以前夏は自販機の飲料を買っていたが、マイボトルを持つようになって買わなくなった
- ・その日マイボトルを使うか否かに関わらずペットボトルを買うのに躊躇するようになった

った(他 1 人)

- ・ 毎日学校で冷たい水が飲めてよい (他 4 3 人)
- ・ 無料で水が飲めて嬉しい (他 2 7 人)
- ・ 水がおいしい、きれいな水でうれしい(他 2 2 人)
- ・ 水分を携帯できて便利 (他 1 人)
- ・ 水分不足が解消できた (他 1 人)
- ・ 水分補給量が増えた (他 1 4 人)
- ・ 清涼飲料水を飲まなくなったので健康的になった(他 3 人)
- ・ 夏に冷たい水をいくらでも飲める(他 1 人)
- ・ 衛生的であった
- ・ 好きな飲み物を入れて持ち運べる
- ・ 冷たい水を常備することができた
- ・ お茶やジュースが飲みたい日以外は無料で水を飲めたこと
- ・ ボトルが空になってもすぐに保水できてよい(他 2 人)
- ・ ボトルを持っている日は 1 日に 1 ～2 回給水できた (他 1 人)
- ・ いつでも水が飲めた(他 2 人)
- ・ 1 日に何度でも給水できてよい
- ・ エコに関心が持てた。貢献できた(他 1 8 人)
- ・ 環境活動の PR になっていた (他 1 人)
- ・ モニター参加者以外にもキャンペーンの存在をアピールできた。
- ・ 学内で話題になった
- ・ 周囲のエコ意識も高まった (他 1 人)
- ・ 水筒、マイボトルの利点を知り、もっと使いたくなった
- ・ マイボトルを持っている人が学内に増えた
- ・ 配布されていない人でももともと持っていたボトルで活動に参加できた。(他 2 人)
- ・ 学校以外でも使うようになった
- ・ 給水機を設置するだけでなく、マイボトルを配布したこと、連動したこと(他 2 人)
- ・ 「マイボトル」を普及することがエコにつながったのでは
- ・ 一度配布したボトルを回収せず、学生に提供する形が良かった (他 1 人)
- ・ ボトルの保冷保温力がよかった(他 1 1 人)
- ・ ボトルのステンレス製がよい
- ・ ボトルが頑丈 (他 1 人)
- ・ ボトルの飲み口が広くてよかった
- ・ マイボトルを携帯することでいつでも水が飲めた
- ・ 学内に給水スポットができたこと(他 4 人)
- ・ 給水スポットが複数箇所にあってよかった(他 1 5 人)

- ・本校舎 1F に給水機があったこと（他 1 人）
- ・学内にボトルの洗浄場所があったこと
- ・給水スポットがどこにあるのかわかりやすく掲示してあった
- ・荷物が重い日は、自宅から空ボトルを持参し、学校で水を入れることができたので良かった
- ・家から持ってきた飲料がなくなっても学校で補給出来た
- ・500 円分の食券がもらえたこと(他 2 人)
- ・食券によってキャンペーンが広まりやすい
- ・ごみが減った(他 1 2 人)
- ・飲料代の節約になった(他 8 2 人)
- ・経済的(他 4 人)
- ・ボトルを持ち歩いて節約、というのが楽しかった
- ・環境に配慮しつつ節約ができて良かった
- ・以前から持っていたマイボトルより容量が多くてよかった
- ・画期的な取り組み
- ・マイボトルの普及がごみの削減につながる
- ・マイボトルの経済性に気づけた
- ・実施時期（夏）が良かった
- ・給水機、ボトルウォーターがおかれたことそのものが良い(他 6 人)
- ・ボトルを持っている学生が多く、学内に普及している印象があり利用しやすかった(他 2 人)
- ・キャンペーンの告知が大規模に関心を持った人が多かった
- ・利用者に負担がない、参加しやすいキャンペーンだった(他 4 人)
- ・楽しく手軽なエコの方法を知ることができた
- ・環境に良いキャンペーン
- ・学生以外の教職員もおいしい水を飲めた
- ・水のおいしさを知った（他 1 人）
- ・お湯も出たのが良かった
- ・特にない(他 6 人)

◆今回のモニター実験で悪かった点（記述回答）

- ・特にない(他 1 0 3 人)
- ・荷物が嵩張る(他 4 人)
- ・ボトルを持ち歩くのが少し面倒くさい
- ・設置場所が少ない、増やしてほしかった（モニター数に対して給水スポットが少なく混雑した、順番を待っていたら授業に遅れそうになった、休み時間の混雑がすごい、も

含む) (他 6 1 人)

- ・もう少しスポットを分散してほしい、スポットまで遠い(他 1 5 人)
- ・本校舎の給水機が並んだ
- ・洗浄場所が分からない
- ・どこに給水スポットがあるのかわかりづらい(他 2 人)
- ・いちょうの館や学務課等、生徒があまり行かないところに給水スポットがあった。(他 10 人)
- ・給水スポットが学生が使用しやすい場所ではなく職員が使用しやすい場所に設定されている気がする
- ・本校舎に給水スポットがないのは不便(他 3 人)
- ・給水機設置場所が悪い(他 9 人)
- ・いちょうの館よりもラウンジに欲しい
- ・学務課前にはあまり行かないので不便
- ・カメラ横に給水スポットが欲しい(他 1 人)
- ・校舎内にしか給水スポットがなかったが、屋外にもほしかった
- ・シーガル 1 F に給水器がほしい(他 2 人)
- ・本校舎 3 F に機械が欲しい
- ・本校舎 1 F と同じ種類の給水機がもっと欲しい (ボトルウォーターより冷めにくい)
- ・交流ラウンジに機械を置いてほしい(他 1 人)
- ・食堂にも給水スポットが欲しい(他 1 人)
- ・本校舎や研究棟に給水機を増やしてほしい(他 1 人)
- ・土日は使えなかった(他 4 人)
- ・給水器がある場所が 1 9 時くらいで入れなくなってしまう(他 2 人)
- ・人気の機械とそうでないものがあり、人気のものはすぐに中身がなくなってしまう給水できなかった (学生担当の機械が人気) (他 1 人)
- ・学務課前のスポットが混み過ぎる(他 1 人)
- ・学務課前にあった直に飲めるウォータークーラーが撤去され、ボトルがないと給水できないタイプの機械のみになってしまったこと
- ・ボトルがなくても直に飲めるウォータークーラーももっと設置してほしい
- ・使いにくい機械もあった
- ・給水機の使い方を横に書いてほしかった
- ・水切れが多発
- ・給水機の充填に時間がかかる、充填を待っていると休み時間が終わる
- ・デポジットが面倒くさい
- ・ボトルが重いので携帯に不便(他 1 4 人)
- ・ボトルが重いので、他の荷物が重い日にはつらく、実際週 1 回くらいしか使わなかつ

た。

- ・ボトルの容量が少ない(他 3 人)
- ・ボトルの保冷能力が低い
- ・ボトルを家に忘れてしまうときがあった
- ・シーガルの給水器の水が生ぬるいときがあった(他 1 人)
- ・場所によって水に温度差がある(他 2 人)
- ・水の味が変わ
- ・水が水道水くさい
- ・シーガル 2 F の水がまずかった
- ・水が冷水しかなく冬に飲むのは厳しい
- ・ペットボトル代わりには重すぎる(他 1 人)
- ・ボトルにもう少し機能性がほしい(他 1 人)
- ・ボトルの形が洗にくい
- ・専用スポンジも売ってほしい
- ・飲むときに角度によっては一気に中身が出てきた
- ・ボトルから水が漏れた(他 1 人)
- ・ボトルのデザインが悪い(他 1 人)
- ・配布されたボトルよりもペットボトル再利用でもよいのでは？(配布されたボトルの方がコストかる)
- ・事前告知やキャンペーンのアピールが足りない、キャンペーンを知らない学生も多かった(他 8 人)
- ・ボトル配布数が少ない、もっとボトルを配っても良かったのでは、友人が参加したがったが配布が終わっていた(他 3 人)
- ・いつボトルをもらいに行ったかでボトルの質の差が大きかった、選択肢が少ない(他 2 人)
- ・良いボトルと悪いボトルがあった、配布ボトルに値段差があるのはどうかと思う
- ・ボトルの種類が少ない(他 1 人)
- ・短期間で終わってしまった
- ・あまり利用できなかった点
- ・ボトルを忘れてしまっ使用しないことが多かった。
- ・ジュースやお茶など、水以外が飲みたいときはついペットボトルを買ってしまう
- ・マイボトルを購入していない人でも給水器が使えたこと
- ・衛生面が不安(他 1 人)
- ・給水機のスピードが遅い(他 1 人)
- ・給水機の水を出す量が中途半端、少ない(他 2 人)

- ・ボトルウォーターを使う回数は少なかった。
- ・ボトルウォーターはぬるい(他 1 人)
- ・生協の水がぬるい
- ・全て冷水ではなく常温のものがあってもよかった
- ・ボトルに保冷保温効果がない(他 3 人)
- ・シーガル 1 F に給水機がほしい(他 2 人)
- ・学生担当前の給水機が撤去されて不便だった、シーガル 3F まで行かなくてはならなかった
- ・代わりに冷水機が無くなったこと
- ・お茶、紅茶のスポットがあればなお嬉しい、水・湯以外の給水スポットもほしい(他 1 1 人)
- ・有料でもいいからお茶などのスポットも欲しい
- ・いちょうの館にあった給水機の水圧が足りない
- ・暑い時期にボトルウォーターのお湯は必要ない
- ・設置に電気代がかかるがそれはエコなのか
- ・お茶以外のものを入れると洗うのが面倒くさい
- ・洗浄スポットに洗剤がほしい
- ・水漏れが心配だったので専用ケースを売って欲しい
- ・学生側のメリットが大きすぎて、学校や生協の負担が大きいのでは
- ・ペットボトルの販売を中止しなければあまり効果は得られない
- ・マイボトルの使用回数は大体しかなかった
- ・期間限定であること
- ・Q6 のように場所ごとの使用回数を申告させるなら、カレンダーのような表も渡して数えさせるべき
- ・水とコーヒー以外のものを飲む機会が減ったこと

◆意見・感想（記述回答）

- ・とても良い企画だった(他 1 7 人)
- ・ほかにもこのような環境に着目したキャンペーンがあれば参加したい(他 3 人)
- ・またこのような環境に関するキャンペーンをやって欲しい(他 3 人)
- ・こういったキャンペーンに参加することで、環境保護への意識を高めていきたい
- ・実際の効果にかかわらず、環境について考えるきっかけになった
- ・ほんの少し気をつけるだけで環境に優しいことができると気付いた
- ・今後も環境に優しい生活を心がけたい
- ・これを機に「マイボトル」が広まるとよい
- ・このまま無料キャンペーンでマイボトルを広めてほしい(他 3 人)

- ・マイボトルの良さをアピールし続けてほしい
- ・今後も設置を続けてほしい、期間限定ではなく常設へ。継続を期待。(他 39 人)
- ・ペットボトルのお水を買えなくなった
- ・期間中ずっと利用していた
- ・キャンペーン後も設置し続けないと意味が無い、継続してこそ意味がある
- ・1台でもいいから正式に導入してほしい
- ・この時期（夏期）には毎年給水機を置いてほしい
- ・便利(他 4 人)
- ・経済的な取り組みで良い
- ・有料化は反対、無料のままがいい(他 9 人)
- ・有料でも使いたい(他 1 人)
- ・正式に続ける場合は台数を増やしてほしい(他 8 人)
- ・設置場所の少なさが残念(他 1 人)
- ・設置場所が増えれば利用数も増えるのでは
- ・設置場所がもっと多く、ボトルも軽量化されるなどすればもっと積極的に使える。
- ・大学のアピール材料になる
- ・夏前にキャンペーンを始めるという時期がよかった
- ・手軽に参加できるキャンペーンだった
- ・画期的なキャンペーンだった
- ・これからもこういった環境にやさしいキャンペーンを企画してほしい
- ・自分から行動するのはなかなか難しいのでとてもよい企画だと思った
- ・もっとキャンペーンの告知を積極的にすべき
- ・配布数量が少ない
- ・キャンペーンの結果報告を聞けるのを楽しみにしている。
- ・ペットボトルを自分で減らすことができたという実感が得られた。
- ・ボトルは多少重く嵩張るが、その分エコなのだと自分に意識づける事が出来た。
- ・マイボトルを持ち歩くことが生活に定着した(他 1 人)
- ・マイボトルを意識するきっかけになった(他 1 人)
- ・マイボトルが無料でもらえてうれしかった
- ・予想よりもマイボトルが使いやすかった
- ・もっとマイボトルが広まるとよい
- ・これからもマイボトルを大切に使っていきたい(他 6 人)
- ・今後も使い続けて飲み物を買わずに少しでもごみを削減したい。
- ・ボトルはほとんど毎日使った
- ・エコだけではなく節約になるので今後もマイボトルを使っていく
- ・もともとマイボトルは使っていたが、中身がなくなったときに学校で補給できてよか

った(他2人)

- ・マイボトルの保冷保水能力の高さに驚いた
- ・エコにも節約にもなって一石二鳥
- ・マイボトルのおかげで1日100円節約できた
- ・マイボトルがもらえて、さらに冷たい水が飲める、という良いことが多い企画だった

(他1人)

- ・もともとマイボトルを使っていたが利用を促進してもらえた気がする
- ・正式にキャンペーンに参加していない人でも自分のボトルで手軽に参加できてよい
- ・暑い日は混雑したが、給水機が使いやすかったのですぐに順番が回って来た。
- ・なぜ食堂のお茶を入れてはいけないのかが理解できない。(エコに重点を置くならばもっと柔軟に対応するなり、食堂と連携をとるなりしてほしかった)(他1人)

・使い捨て容器を使用するよりも洗剤でマイボトルを洗い繰り返し使う方がエコであるという説明をしてほしかった。

- ・空のペットボトルよりもマイボトルの方が様々な温度に対応できてよい
- ・空ペットボトルを再利用するよりもマイボトルは洗いやすくて良い
- ・SIGGのボトルは口が狭くて使いにくいしもある、SIGGは性能が悪い。(他3人)
- ・保冷効果がないのが残念

・丈夫なマイボトルであった

・マイボトルのデザインが良かった

・マイボトルのデザイン、機能性がもっと良ければより積極的に利用した

・学生は節約を最も重視する。ボトルのデザインより何より節約！

・水筒が安価で入手できたのはうれしいがこれは水筒メーカーが儲ける戦略では

・利用しやすく水を買わなくなった

・水道水では不安だったので冷えた水が飲めてよかった(他4人)

・水がおいしかった

・給水に手間がかかる

・暑い季節に良い(他2人)

・「ボトルウォーター」はまずかったが、「給水機」の水は美味しかった(他1人)

・「ボトルウォーター」よりも「給水機」の水の方が冷えていた

・給水機の使い方が分かりにくかった。

・水量がSとMの二択しかなく使いづらかった、もう1つ自由に調整できるボタンが欲しい

・全校生徒の利用を想定するとボトルの水がすぐになくなってしまわないか。

・衛生的に安全な場所に置いてほしい

・並んでいるときに機械のブラッシングをしないでほしい

・ボトルが重く、携帯しにくかったため、後半は家で使っていた

- ・ボトルが重い(他 3 人)
 - ・ボトルが嵩張る
 - ・もっと容量を大きくしてほしい
 - ・夏に 350cc では少ない
 - ・ボトルの種類がもう少し豊富だと嬉しかった
 - ・学内でマイボトルを持つ人が増えた
 - ・これを機にマイボトルを持つようになった
 - ・もっと給水スポットを増やさないと効果がない
 - ・給水スポットの場所を再検討すべき(他 1 人)
 - ・第 2 グラウンドに給水機がほしい
 - ・理科館に設置してほしい (理系学生は学内の滞在時間が長いので)
 - ・福浦に近く不便
 - ・学生交流会館にも設置してほしい
 - ・本校舎 1F と同種類の給水機をもっと設置してほしい
 - ・節約になった(他 1 人)
 - ・ジュースを買わないのでダイエットになった
 - ・空ボトルを家から持ってきて、学校で何度も給水できるので、重くなくて助かった
 - ・マイボトル持参の日は 1 日に何度も給水していた、良かった
 - ・シーガルセンター 1F と総合研究棟と理科館に給水スポットがほしい(他 3 人)
 - ・本校舎 1F の給水スポットが常に混んでいたのでもっと設置してほしい
 - ・本校舎 1F が一番使用しやすい
 - ・サークル等にも給水スポットがほしい
 - ・充填場所が少ない
 - ・エコに貢献できてよかった(他 3 人)
 - ・自分のエコ意識が高くなった(他 3 人)
 - ・横市生のエコ意識が高くなったのではないかと(他 1 人)
 - ・学校全体で取り組んでいる感じが良かった
 - ・マイボトルだけではなく、空ペットボトルにも給水しやすいようにしてほしい
 - ・福浦にもほしい
 - ・経済的にも環境的にも良いキャンペーン(他 11 人)
 - ・以前は夏になると多くのペットボトルを購入していたがあまり買わなくなった
 - ・マイボトルと給水機を使うことでペットボトルの購入量を大きく減らせることに驚いた
 - ・環境のことを考えるとペットボトルを買うよりもマイボトルを持つべきだと感じた。
- ペットボトルを
買わないように我慢することも大切

- ・ピュアウォーターがエコだと知った
- ・給水スポット付近で粉末スポーツドリンクやティーバックのようなものを販売すると相乗効果が得られるのではないかと(他 2 人)
- ・もしお湯が出たら、冬にはティーバックや粉末スープなどを持参して楽しむ(他 1 人)
- ・水以外も飲みたい、贅沢かもしれないが他の飲料が出てきたらうれしい(他 4 人)
- ・休日にも使える場所にほしい
- ・学内に洗浄場所があってよかった
- ・洗うのが面倒(他 1 人)
- ・このキャンペーンに実際どの程度の効果があったのか疑問
- ・エコだとは思いますが、「マイボトルの携帯がペットボトル購入量の削減に繋がる」ということをみんなが意識できたのかは疑問、そこまで意識改革はできなかったのでは
- ・エコとしての効果はわからないが水分補給量が増えて良かった
- ・水がおいしかった(他 1 人)
- ・給水機とボトルウォーターの違いが分からない

(3). 全体統括

アンケート回答者の 90%近くがマイボトルを日常的に利用した。現在の学生の経済状況もありマイボトルの利点の一つである「飲料代節約」(45.5%)が大きく影響した結果である。またその証明として今回のマイボトル普及運動の展開によって構内における学生のペットボトル、缶及び紙パック飲料の消費量は激減した。

全体としては、キャンペーンの目的「飲料容器等のごみの減量化」、「環境意識の向上」「学内でのマイボトル普及の可能性を探る」は達成することができ成功であった。今回のキャンペーンでは、マイボトルと給水機の環境整備を一体で実施したことから学生のマイボトル利用が浸透したとみてとれる。

課題としては大学側で給水機等の環境整備を実施することである。マイボトルの普及には給水機が存在が大きいということは結果があらわしていた。「給水所が少ない」、「有料では給水機を利用しない」などの意見を踏まえ構内のどこに設置するか慎重に検討することが必要であると感じる。一方で、マイボトルを普及させるためには安価(500 円)でボトルを配布したことも、キャンペーンが成功した一つの要素であったと思われる。学生が入手しやすい環境も必要である。

(4). 最後に学生として

モニタリング参加以前は 2 本/日のペースでペットボトルを購入していた。しかしモニタリング開始後は他のモニターのように購入数は減少し、最終的には購入をやめた。常に冷たい水を持ち運ぶことができるメリットは、水しか選択肢がないというデメリットを上回っていたように感じる。列に並んで給水を待っていた光景はモニタリング開始以

前には想像しておらず予想外の好反応という感触だった。

(文責・報告書作成：横浜市立大学学生生協委員会 吉澤 哲)

5. 補足資料 (生協運営報告)

◆モニター用ボトル供与状況

モニタボトル数	500 個
モニタ申込み数	500 名
ボトル引き取り	478 個
ボトル未引き取り	22 個
アンケート回収数	363 名
アンケート未回収	115 名

◆売店・自販機 販売本数比較 (対昨年)

	ペットボトル			缶		紙パック
6 月	水	お茶系	他	お茶系	他	
2010 年	3920	6170	7230	1050	350	2840
2009 年	4360	6740	8030	1110	400	3230

◇昨年同時期に比べると、水を中心にペットの利用が約 10%は減っています。キャンペーン効果もありますが天候などに左右もされ、ペットボトル以外の商品（紙パック、缶）も減少しています。

(文責・報告書作成：横浜市立大学生生活協同組合金沢八景キャンパス購買部 山口哲)

第3節 大阪大学

大阪大学では、学部生を対象に抽選で 2,000 名「阪大オリジナル・ステンレスボトル」をプレゼントし、マイボトルの利用を促進しながら、身近なエコを実践していく「大阪大学マイボトル・キャンペーン」を行った。このキャンペーンは大阪大学未来基金が、学生支援の一環として推進するもので、「マイボトル」という身近なテーマを取り上げながら、「教育」「研究」の視点を付加して実践するプログラムである。

「研究」的側面に関しては、携帯電話を活用して 2,000 名の学生を対象にアンケート調査を行った。このアンケートは、キャンペーン登録時から卒業までの間、学生のマイボトルの利用状況や、環境に対する意識を調査するものである。また、キャンパス内のペットボトルや缶の廃棄量を調査し、学生の環境に対する意識の変化が、学生の生活習慣や行動にどのように影響していくか検証を進める。

大阪大学では、省エネルギーの推進を図るなど、環境にやさしいキャンパスづくりを進めようとしているが、アンケートの調査結果はそうした施策に生かされると考えられる。

【主催】大阪大学

【共催】大阪大学生協、環境省

【期間】キャンペーン登録期間：2010 年 5 月 8 日（土）～5 月 23 日（日）

ボトル配布期間：2010 年 5 月 31 日（月）～6 月 4 日（金）

ボトル利用促進期間：2010 年 5 月 31 日（月）～

【場所】大阪大学豊中キャンパス（大阪府豊中市待兼山町 1 丁目）

【対象】大阪大学学部生

【マイボトルの利用を促進する取り組み】

- 1) ミネラル給水機の無料開放（2010 年 5 月 31 日～6 月 30 日）
- 2) 豊中キャンパス内のカフェ「カルチェ」「坂」での飲料割引サービス（5 月 31 日～）
- 3) 大阪大学生協の店舗でのペットボトル（2 リットル）割引サービス

<大阪大学実証実験最終報告書>

1. マイボトル・キャンペーンの概要

大阪大学は、平成 22 年 5 月より、「マイボトル・キャンペーン」を実施した。今春の新入生を中心とした学部生に“阪大オリジナル・ステンレスボトル”（象印マホービン製）をプレゼントし、マイボトルの利用を促進しながら、学生に身近なエコを考え、実践してもらおうという試みである。

キャンペーンは、学生のキャンペーンへの登録、学生へのボトルの配布、学内でのボトルの利用促進の 3 段階で実施された。また並行して、キャンペーン登録者を対象に、マイボトルの利用状況や環境に対する意識についてのアンケート調査を継続的に実施するものである。

結果としては、2,051名の学生がキャンペーンに登録し、そのうちの1,950名にマイボトルを配布した。アンケート調査は、現在までに3回実施し、延べ4,700人以上の学生の声を聞くことができた。

なお、アンケート調査は引き続き実施し、学生の環境に対する意識や行動の変化を追跡していく予定である。

1-1. キャンペーン実施に至る経緯

大阪大学は、従来より大阪大学生協と協力して飲料容器の分別回収などの環境にやさしい活動を進めてきた。1998年よりは大阪大学生協が「CAN」「CUP」「Others」の3種類のごみ箱を設置して分別回収を進めてきたほか、2000年からは生協の店舗でペットボトルのデポジット制を導入し、キャンパス全体でゴミ削減に向けての取組を進めてきた。ペットボトルの回収率は最近では50%を超えるなど、エコへの取組が成果をあげてきた状況である。また大阪大学生協は、2008年よりは、「H2O Project」として大学内のモニター200人にステンレスボトルを配布し、環境問題に関するアンケート調査などを行うという今回の「マイボトル・キャンペーン」の先駆けともいえる取り組みも行ってきた。

そのような中で、今回の「マイボトル・キャンペーン」は、これらの取り組みをさらに発展させたプログラムとして大阪大学未来基金(大学)が中心となって企画したものである。もともとは大学独自の取組として計画を進めていたところであったが、環境省が6月より「マイボトル・マイカップキャンペーン」を展開するという情報が伝わり、大阪大学と環境省の間で話し合いを進め、環境省の推進する「マイボトル・マイカップキャンペーン」のモデル事業として実施が決まったものである。

1-2. キャンペーンの目的

今回のキャンペーンは、「マイボトル」という身近なテーマを取り上げながら、『学生支援』『教育』『研究』の3つの要素を織り込み実施するプログラムである。

具体的には、以下の内容である。

- ①学生にステンレスボトルを提供し、日々の生活に役立ててもらおうという学生支援の側面
- ②「リユース」の取組を通じた学生の環境問題への意識向上という教育的側面
- ③大規模なアンケート調査による学生の環境意識に関するデータの収集、分析という研究的側面

研究的側面に関しては、大阪大学社会経済研究所の大竹文雄教授（行動経済学）、大阪大学大学院工学研究科の東海明宏教授（環境・エネルギー工学）の監修の下に、大規模なアンケート調査を行うことを企画した。

具体的には、約2,000名の学生を対象とし、マイボトルの利用状況や学生の環境に対

する意識の変化を、長期間にわたり追跡する。これに加え、キャンパス内でのペットボトル・缶などの廃棄量調査を行い、アンケート調査で明らかになる学生の環境に関する意識の変化が、学生の行動にどのように作用し、環境配慮型の生活習慣やキャンパスの形成にどのように影響していくかを検証していくものである。

大阪大学では、従来より省エネルギーの推進を図るなど、環境にやさしいキャンパスづくりを推進しているが、今回のアンケートの調査結果はそうした大学の施策にも生かされるものと考え、今回のキャンペーンを推進していくものである。

1-3. キャンペーンの流れ

(1) キャンペーンへの登録

マイボトルを希望する学生は、携帯電話から専用のキャンペーンサイトにアクセスし、「環境」や「マイボトル」に関する簡単なアンケートに答えてエントリーする仕組みとなっている。学生への参加呼びかけは、構内への看板設置、ポスターの貼付、ちらしの配布、学内の電子掲示板へのニュースの掲載などの手法で行われた。

(2) ボトルの配布

“阪大オリジナル・ステンレスボトル”の配布は、5月31日～6月4日、6月7日(月)～6月11日(金)の10日間、大阪大学豊中キャンパスの大学教育実践センター内の「ステューデントコモンズ」を中心に行われた。

配布にあたっては、行列等が発生して講義への影響がないように、また好みのボトルがもらえないというような不公平感が発生しないよう、引換日時を指定した予約制とし、混乱もなく約2,000本のボトル配布をスムーズに実施することができた。

(3) マイボトルの利用促進

マイボトルの利用を促進するため、大阪大学生協の協力のもと、豊中キャンパスに設置されたミネラル給水機が5月31日から6月30日までの1ヶ月間無料で開放された(通常は1回あたり30円が課金されている)。その他にも、豊中キャンパス内のカフェ「カルチェ」「坂」で、マイボトルを持参すると飲料が割引で購入できるサービスや、生協の店舗で“阪大オリジナル・ステンレスボトル”を提示すると大型(2リットル)のペットボトルが割引で購入できるサービスが実施された。

1-4. キャンペーンの実施状況

キャンペーンに登録した学生には、5月31日(月)～6月4日(金)、6月7日(月)～6月11日(金)の期間、“阪大オリジナル・ステンレスボトル”が配布された。ボトルは全部で8種類用意され、天候にも恵まれる中、昼休みや授業の合間会場を訪れた1,950名の学生にボトルが配布された。

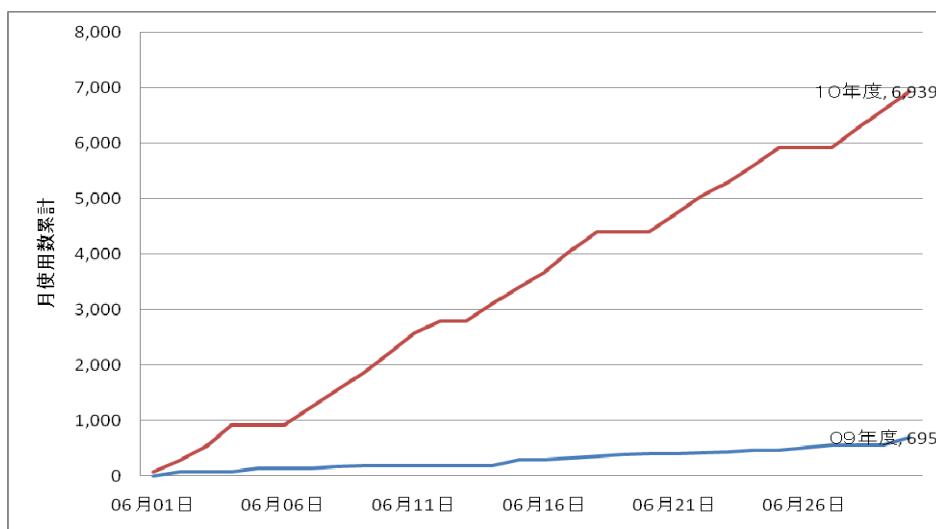
とくに 6 月 2 日(水)には、大阪大学生協の協力を得て、「ステューデントコモンズ」で給茶イベントを実施した。抽選によるお茶の粉末のプレゼントや、希望する学生には配布した「マイボトル」にその場で、冷水や冷茶を注ぐサービスが実施された。また当日はテレビ局が取材に訪れ、ボトルの配布や給茶の様子などを撮影したほか、学生へのインタビューが行われた。



マイボトルの利用を促進する試みとして、前述の通り様々な施策が実施されたが、通常は 1 回 30 円で給水を行っているミネラル給水機の無料開放（2010 年 5 月 31 日～6 月 30 日）は特に好評だった。

マイボトルを配布してからの 1 日の利用件数は、300 件を超える日が続き、6 月 1 ヶ月間の累計利用件数は、6,939 件となり、前年 6 月の 695 件のほぼ 10 倍となった。マイボトルの利用を促進するという意味での効果は非常に大きかった。ただし、この無料開放期間が終了してからは、利用が減少したのも事実である。マイボトルのさらなる定着には、給水機の料金設定や、施設の増設の要望も上がっており、今後の検討課題である。

図表 1-1 「ミネラル水給水機」利用状況



また、キャンパス内でもマイボトルを持った学生の姿を多く見かけるようになり、授業でも「マイボトルをよく目にする」という教員の声も聞かれるようになった。「マイボトル」が学生生活の一部として定着しつつあると期待できる。



2. アンケート調査について

2-1. 調査の方法・時期・回収率・回答者の属性

(1) 調査の方法

今回のアンケート調査は、対象が学生ということもあり、回答率を高める工夫として、携帯電話を活用して実施した。

キャンペーンに興味を持った学生は、ちらしに掲載された QR コードを読み取り、キャンペーンサイトにアクセスし、そのまま第一回目のアンケートに回答してエントリーする仕組みとなっている。
(右がちらしの縮小版。実寸は A4)

その後のアンケートは、携帯電話のアドレスにアンケートを配信する形式で行った。携帯電話は



新入生の皆さん!!

抽選で2,000名様に 阪大オリジナルステンレスボトルをプレゼント!!



「マイボトル」でエコな学生生活を!!

アンケートに答えてマイボトルをGETしよう!

今すぐ番号電話から申し込みを!!

このQRコードを
読み取り登録



登録サイト: <http://b2o-project.jp/>

step1

QRコードで、今すぐ登録!

登録期間: 5/10 - 5/27 (2週間)

※申し込み、登録期間中にのみ、登録受付ページにて受付となります。

step2

抽選で2,000名様に
阪大オリジナルステンレスボトルをメールで配信!

抽選期間: 5/10 - 5/27 (2週間)

※抽選: 2,000人 (1人1本)

step3

マイボトルを受け取り!

配送期間: 5/27 - 6/04 (2週間)

※抽選: 2,000名様に抽選番号1,000名にのみ配送開始予定です。

step4

アンケートに協力!

※抽選に当たったみなさんには、抽選券、抽選、アンケートへの協力ありがとうございます。

環境省と連携してアンケート調査を実施します

ひびきのみなさんの「環境」に関する意見、行動に関する
ひびきのみなさんの「生活」に関する意見、行動に関する
ひびきのみなさんの「大学」に関する意見、行動に関する
ひびきのみなさんの「環境」に関する意見、行動に関する

※抽選に当たったみなさんには、抽選券、抽選、アンケートへの協力ありがとうございます。

※抽選: 抽選期間: 5/10 - 5/27 (2週間) ※抽選: 抽選期間: 5/10 - 5/27 (2週間) ※抽選: 抽選期間: 5/10 - 5/27 (2週間)



ひびき大学学生基盤

お問い合わせ: 大阪大学 環境学系
電話: 06-6879-5111 / 06-6879-5112
E-mail: info@environment.asu.ac.jp
<http://environment.asu.ac.jp/b2o/>

※ 運営: 大阪大学 環境学系



環境省
Ministry of the Environment
〒100-8302 東京都千代田区千代田 1-2-2
※ 共同: 環境省 / 大阪大学 環境学系

学生が常に「携帯」しているため、学生のレスポンスは早く、第二回目のアンケートでは配信後 3 時間程度で約 700 件の回答が得られるなど、効率的にアンケート調査を実施することができた。

なお、この携帯電話によるアンケートシステムの開発には、大阪大学生協の山本敬二氏、矢部憲太郎氏、大石智幸氏に多大な協力をいただいた。

(2) アンケートへの実施時期 及び 回答状況

アンケートの実施時期、回答状況は以下のとおりである。

図表 2-1 アンケートの実施状況

	期間	回答者	回答率	備考
第一回	5/8～5/23	2,051	-	キャンペーン登録時
第二回	6/17～6/30	1,547	79.3%	ボトル配布から約 2 週間後
第三回	8/2～8/31	1,132	58.1%	ボトル配布から約 2 か月

キャンペーンへ登録を兼ねて実施した第一回アンケートには、2,051 名が登録を行った。

マイボトルを配布してから 1～2 週間後に配信した第二回アンケートでは、1,547 名が回答し、ボトル受取者の 79.3%が回答した。

ボトル配布から約 2 か月後に実施した第三回アンケートでは、1,132 名が回答し、回答率は 58.1%となった。3 回目は回答率が低下しており、夏季休暇と重なったことや、携帯電話のアドレスを変更する学生も少なからず存在することも原因と考えられる。アンケートは今後とも継続的に実施していく予定のため、メンテナンスも必要になる。

(3) 回答者の属性

① 学年別

学年別では、1 年生が最も多く、1,510 名で全体の 73.6%となっている。これは 1 年生を中心にキャンペーンへの登録を促していた結果である。また 1,510 名という人数は、1 年生総数(5 月 1 日現在)3,499 名の 43.2%にあたり、半数近くがキャンペーンに応募していたことになる。

② 学部別

学部別の登録者数は図表 2-2 のとおりである。キャンペーンスタート時(第一回アンケート)の学部別の登録者の比率を見ると、ほぼ在籍者の比率に近いことが見て取れる。外国語学部の参加率が他の学部と比較すると低くなっている。今回の一連のサービスが豊中キャンパス中心となっていることも一因と考えられる。

③男女別

学部別の登録者数は図表 2-2 のとおり、男性が 64.0%、女性が 36.0%である。学部生の男女比率は 65.2%：34.8% であるので、ほぼ在籍者の比率に近いことがわかる。

アンケートへの回答率は男性がやや低下気味であることも見てとれる。

図表 2-2 アンケート回答者の属性

		第1回		第2回		第3回		阪大の学部生	
		人数	比率	人数	比率	人数	比率	人数	比率
回答者	合計	2,051	100.0%	1,547	100.0%	1,132	100.0%	15,865	－
性別	男性	1,312	64.0%	972	62.8%	702	62.0%	10,349	65.2%
	女性	739	36.0%	575	37.2%	430	38.0%	5,516	34.8%
学年	1年生	1,510	73.6%	1,116	72.1%	795	70.2%	3,499	22.1%
	2年生	196	9.6%	152	9.8%	107	9.5%	－	－
	3年生	175	8.5%	139	9.0%	108	9.5%	－	－
	4年生	170	8.3%	140	9.0%	122	10.8%	－	－
学部別	文学部	108	5.3%	90	5.8%	67	5.9%	787	5.0%
	人間科学部	107	5.2%	84	5.4%	61	5.4%	621	3.9%
	法学部	145	7.1%	112	7.2%	77	6.8%	1,040	6.6%
	経済学部	149	7.3%	99	6.4%	65	5.7%	1,058	6.7%
	理学部	156	7.6%	117	7.6%	96	8.5%	1,078	6.8%
	医学部	156	7.6%	115	7.4%	88	7.8%	1,327	8.4%
	歯学部	51	2.5%	36	2.3%	28	2.5%	386	2.4%
	薬学部	71	3.5%	58	3.7%	40	3.5%	378	2.4%
	工学部	522	25.5%	400	25.9%	291	25.7%	3,726	23.5%
	基礎工学部	295	14.4%	222	14.4%	173	15.3%	1,949	12.3%
	外国語学部	291	14.2%	214	13.8%	146	12.9%	3,515	22.2%

2-2. キャンペーン参加前の意識（キャンペーン登録時の意識調査）

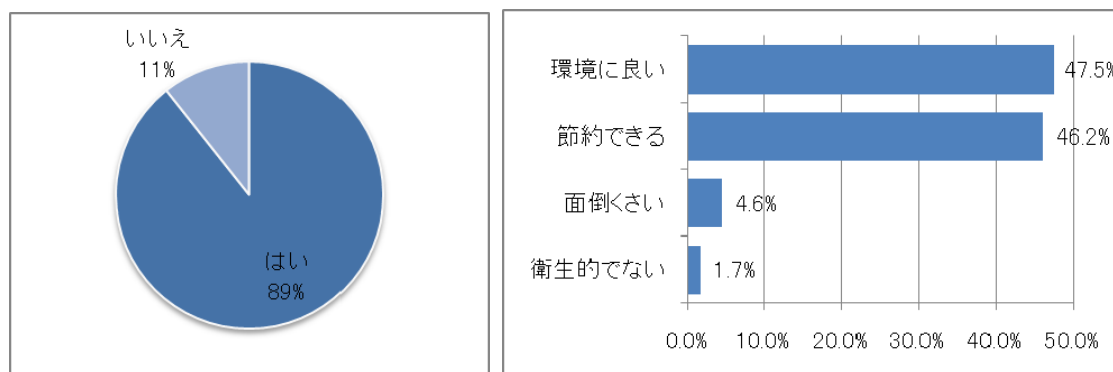
キャンペーン登録時に行った第一回アンケートでは、「マイボトル」の認知度や、「マイボトル・キャンペーン」へのエントリーの動機、「マイボトル」を使ったらどのように活用したいか、などについての質問を行った。

(1) 「マイボトル」に対する認知・印象

「マイボトルという言葉を知っていますか?」、という質問に対しては図表 2-3 で示すとおり、89%の学生が「はい」と回答し、「マイボトル」というフレーズの認知度は、キャンペーンのスタート時点でも高い水準にあったことがわかる。

また、「マイボトルから連想することはいか」（複数回答可）という質問に対しては、「環境に良い」と「節約できる」という回答が、それぞれ 47.5%と 46.2%と高い回答率を示した。後の質問にも表れるが、学生にとっては「節約」がマイボトルから想起されるイメージとして高く、また今回のキャンペーンに参加する大きな動機となっている。

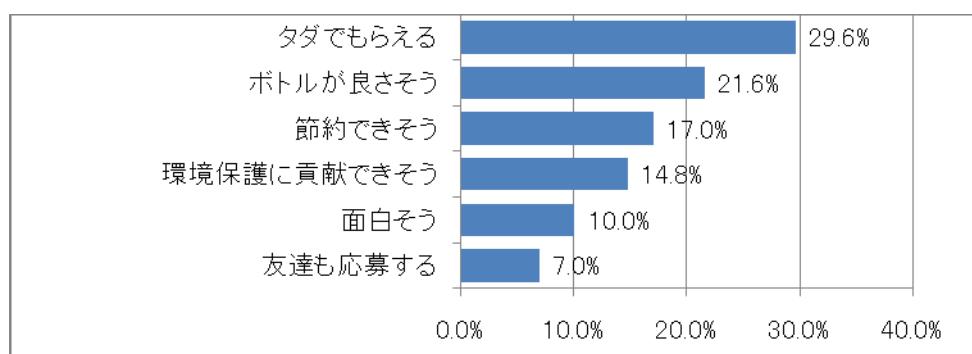
図表 2-3 「マイボトル」という言葉を知っていますか？ 図表 2-4 「マイボトル」から連想すること（複数回答可）



(2) キャンペーンへの参加動機 及び 使いみち

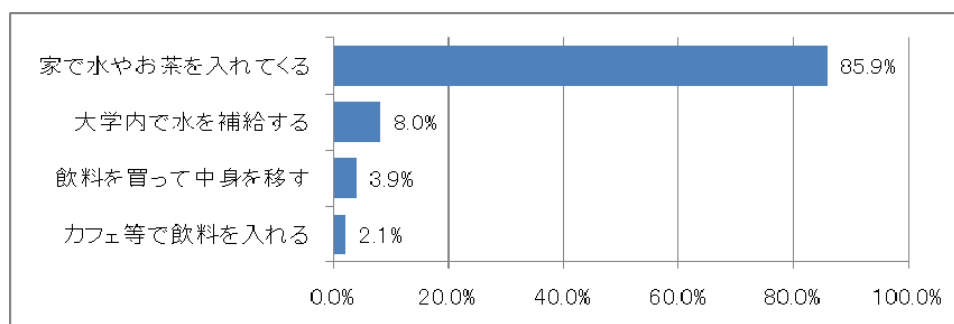
次に、このキャンペーンに参加した理由を質問すると(複数回答可能)、「タダでもらえるから(29.6%)」、「ボトルが良さそうだから(21.6%)」、「節約できそうだから(17.0%)」という現実的な理由が並び、「環境保護に貢献できそう」という回答は、4 番目で、14.8% となった。

図表 2-5 「マイボトル・キャンペーン」に応募した理由は何ですか？(複数回答可能)



また、「マイボトルをもらったら、どのように使いたいのか」という質問に対しては、「家で水やお茶を入れてくる」という回答が圧倒的で、85.9%を占めた。「大学内で水を補給する」という回答は、8.0%に過ぎず、学内にあるミネラル水給水機は、キャンペーン開始時点では、それほど認知度が高くなかったことも伺われる。

図表 2-6 「マイボトル」をもらったらどのように使いたいですか？(複数回答可能)



2-3. マイボトル受取後の行動

(1) マイボトルの利用状況

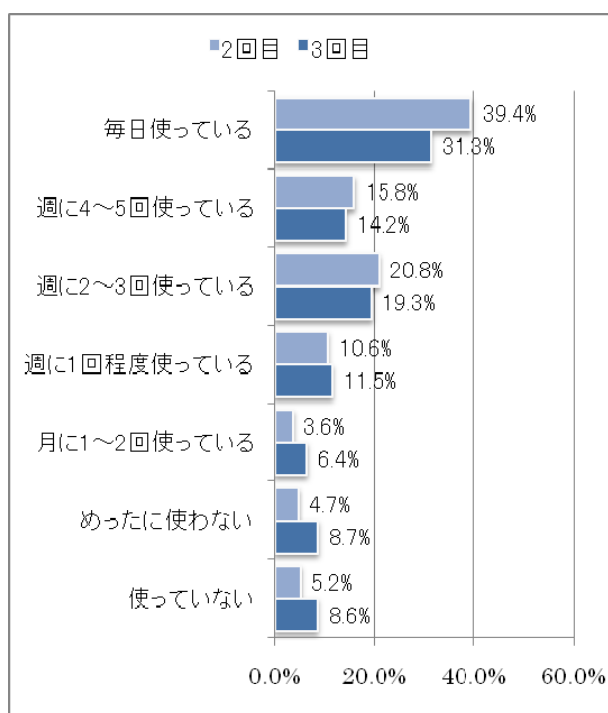
第二回、第三回アンケートでは、ボトルを配布してから実際に利用されているかを質問し、マイボトルの定着度を測定した。なお、第二回アンケートはボトル配布から約1～2週間、第三回アンケートの時点では約2カ月が経過している。

図表 2-7 は「マイボトル」の利用状況についての回答である。

第二回アンケートでは、「毎日」「週 4～5 回」「週 2～3 回」との回答が、76.0%を占め、かなりの頻度で利用されていることがわかる。

第三回アンケートでは、同様に「毎日」「週 4～5 回」「週 2～3 回」の回答は、64.8%を占めており、前回アンケート時よりは 10 ポイント程度低下しているものの、依然として高い水準を示していると考えられる。

一方で、「めったに使わない」「使っていない」という回答は、第二回では 9.9%、第三回では 17.3%と増加している。理由としては、ミネラル給水機の無料開放期間が 6 月末で終了したことや、8 月に入り夏休み期間に入り使用機会が減少したことなども想定されるが、これは季節性も加味しながらも、継続的に調査を行うことが必要と考えられる。

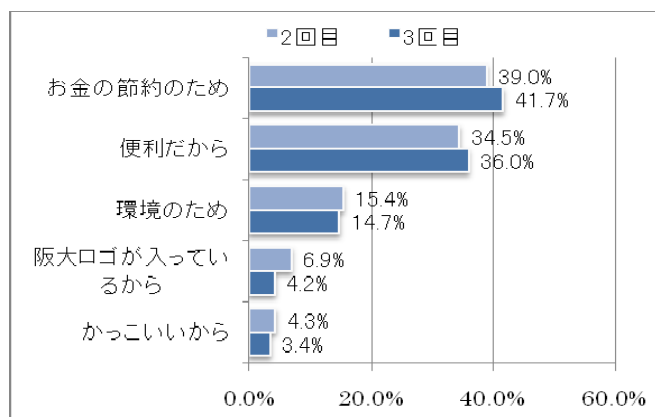


(2) マイボトルを使っている理由

「マイボトル」を使っている理由について質問したところ、「お金の節約のため」「便利だから」という回答が、2 回目、3 回目とも、73.5%、77.7%と高い割合を占めていることがわかる。

これは、第一回アンケートでキャンペーンへの参加動機を質問した際の回答で、「タダでもらえる」

図表 2-8 「マイボトル」を使っている理由



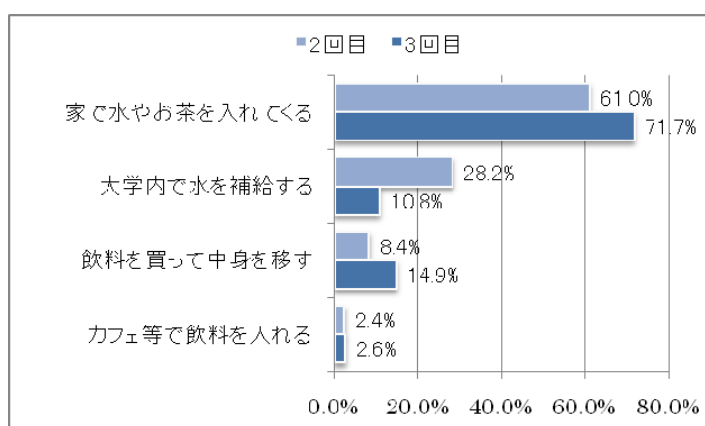
「ボトルが良さそう」「節約できそう」の合計が、68.2%を示していたこととから考えると、学生の期待通り、または期待をやや上回る結果となっていると考えられる。また「環境のため」という回答は、15.4%、14.7%となっており、こちらも第一回のアンケートでの「環境保護に貢献できそう」という回答 14.8%に近い結果となっている。このように、学生にとっては「マイボトル」の利用の動機は「節約」が最も強いことがわかる。

マイボトル配布後のアンケートの結果にもあらわれているが、「エコ」を考え、体験するための入口としては、学生にとっては、「節約」が動機であることが伺われる。

(3) マイボトルの利用方法

「マイボトル」利用方法は、「家で水やお茶を入れてくる」という回答が、2,3回目とも最も回答が多くなっている。一方で、「大学内で水を補給する」という回答が2回目では28.2%と高い比率を示しているのは、ミネラル給水機の無料開放が作用していると考えられる。無料開放が終了した第三回目では、「家で水やお茶を入れてくる」「飲料を買って中身を移す」の回答が増え、「大学内で水を補給する」から移行したのと考えられる。

図表 2-9 「マイボトル」の利用方法

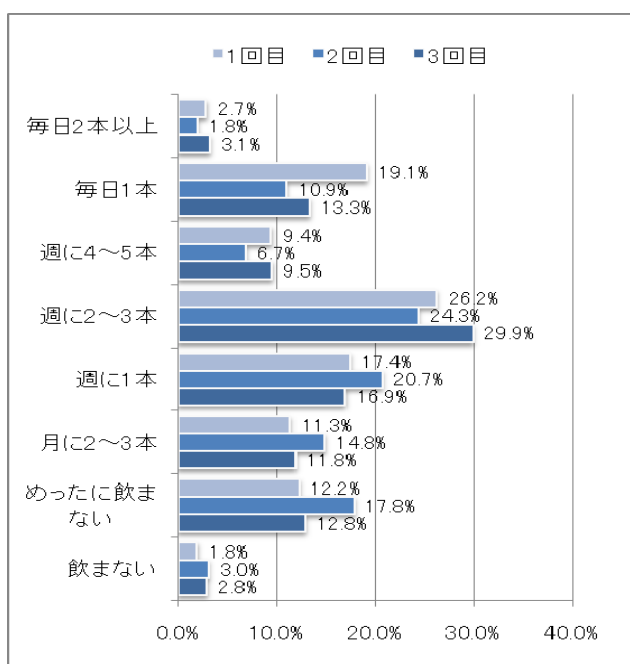


(4) ペットボトル飲料の購入頻度・変化はあったか?

図表 2-10 は、「お茶などのペットボトル飲料をどの程度購入して飲みますか」という質問を、第一回～第三回のアンケートで行った結果である。(購入頻度が高い順に上から記載)

一回目と二回目の推移を見ると、「毎日2本以上」「毎日一本」「週に4～5本」「週に2～3本」という購入頻度の高い回答は減少を見せている。ただし三回目のアンケートでは、「毎日一本」は13.3%と1回目の回答

図表 2-10 ペットボトルの購入頻度

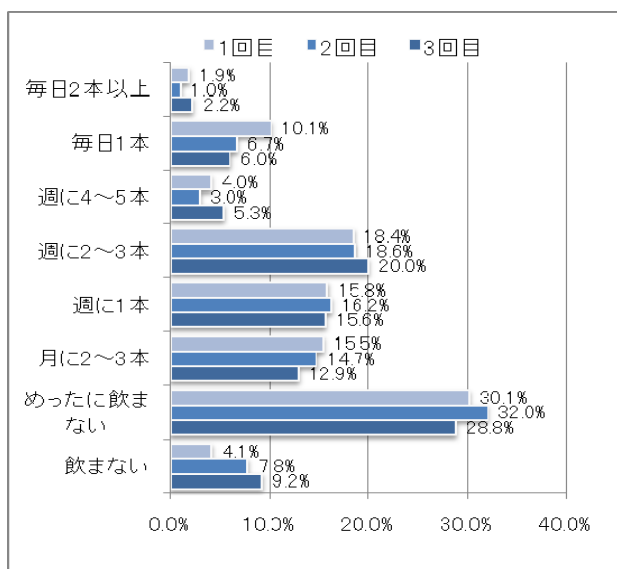


19.1%と減少しているものの、少数ではあるが「毎日2本」「週に4～5本」の回答は1回目より増加している。猛暑といわれた気候の影響や夏休みに入っでの生活パターンの変化などの影響も推測されるが、この調査だけでは不明である。

(5) 缶飲料の購入頻度

缶飲料についても同様の調査を行った。「めったに飲まない」「飲まない」という回答が全体の1/3程度を占めるなど、ペットボトルと比べると元々購入頻度が低いようであるが、「毎日1本」という回答が減少している点を除いては、あまり目立った点はない。

図表 2-11 缶飲料の購入頻度

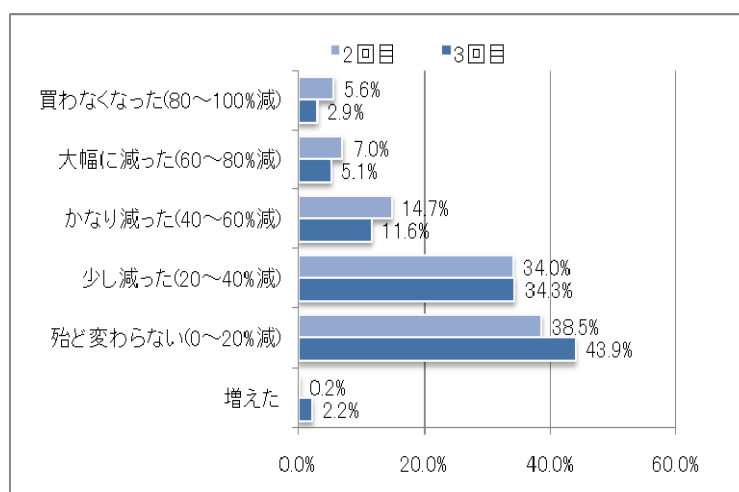


(6) マイボトルを持つようになって

ペットボトルや缶飲料の購入頻度に変化があったか

図 2-12 は、「マイボトルをもらってから、以前に比べるとペットボトルや缶飲料の購入頻度に変化があったか」についての、第二回、第三回のアンケートの結果である。「殆ど変わらない(0～20%減)」という回答が、それぞれ 38.5%、43.9%を占めているものの、「少し減った(20～40%減)」が、34.0%、34.3%、「かなり減った」という回答が 14.7%、11.6%となっており、「マイボトル」がペットボトルや缶飲料の購入頻度の低下に影響を及ぼしているものと考えられる。

図表 2-12 ペットボトルや缶飲料の購入頻度に変化があったか



2-4. 環境に対する意識

(1)マイボトルを「持つ前」と「持った後」の環境に対する意識

第二回、第三回のアンケート

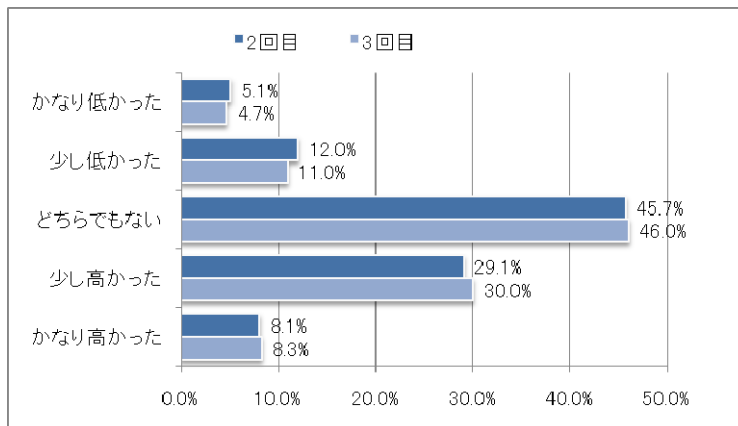
図表 2-13 マイボトルをもらう前の環境への意識

で、「マイボトルをもらう前のあなたの環境への意識はどの程度でしたか」の結果を示すのが、図表 2-13 である。

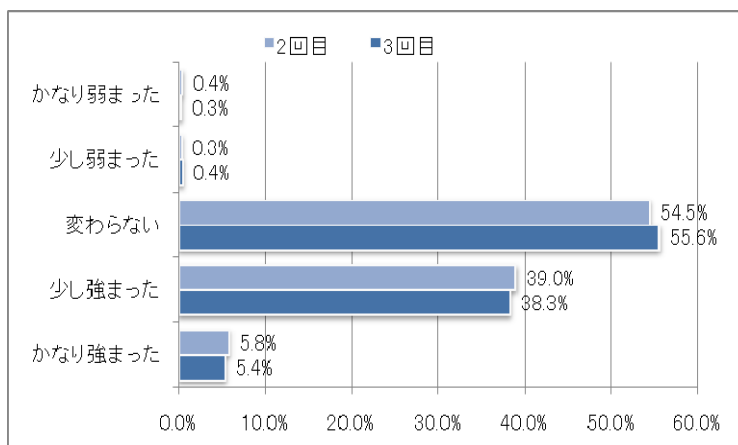
回答結果にほとんど差はなく、「どちらでもない」が 46.0%、45.7%と最も回答が多くなっている。

さらに、持った後の環境に対する意識の変化を調べるために、「マイボトルをもらってあなたの環境への意識は変わりましたか」という質問を行った。その結果を示すのが図表 2-14 である。

「変わらない」との回答が、それぞれ 55.6%、54.5%を占め、「少し強まった」が 38.3%、39.0%を占めている・「少し弱まった」「かなり弱まった」という回答はほとんど見られなかった。



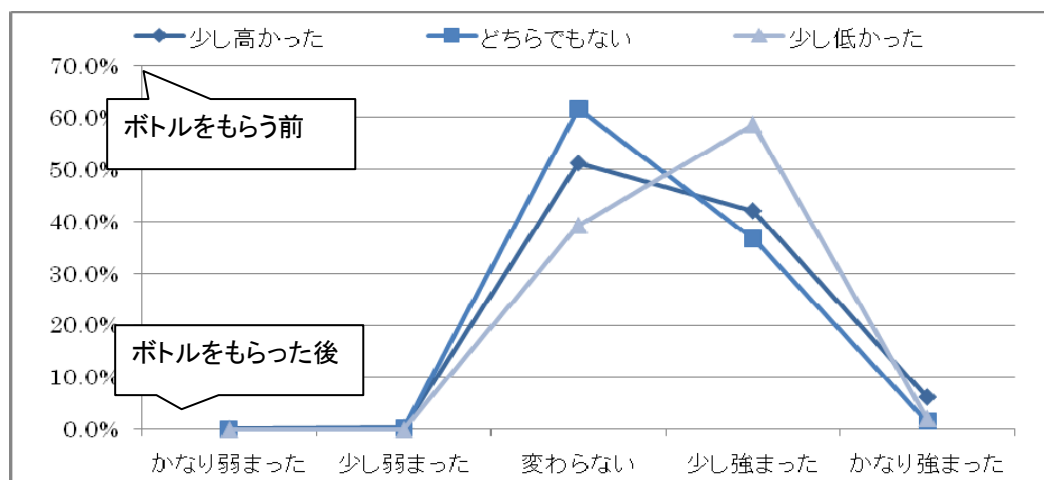
図表 2-14 マイボトルをもらった後の環境への意識



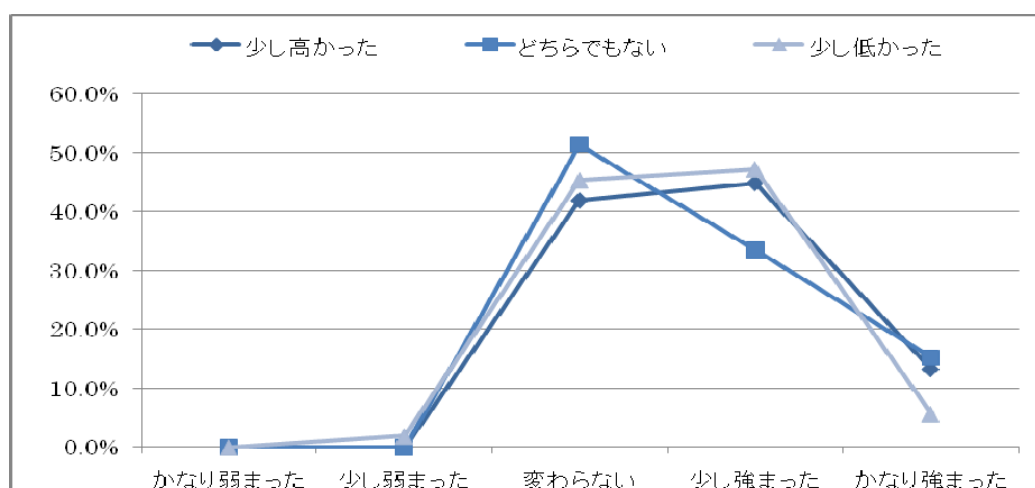
さらに、マイボトルを「持つ前」と「持った後」の結果をクロス集計したグラフ化したのが図表 2-15(2 回目)と図表 2-16 (3 回目)である。

「持つ前」の意識がどのように変化したかを表したものであるが、2 回目、3 回目とも持つ前に「少し低かった」と回答した学生が、もらった後に「少し強まった」と回答している割合は「どちらでもない」や「少し高かった」答えた学生よりも高くなっていることがわかる。「マイボトル」が身近な環境問題として、学生が環境に興味を持つきっかけとなり得ることを示しているようである。

図表 2-15 ペットボトルや缶飲料の購入頻度に変化があったか（第二回アンケート）



図表 2-16 ペットボトルや缶飲料の購入頻度に変化があったか（第三回アンケート）



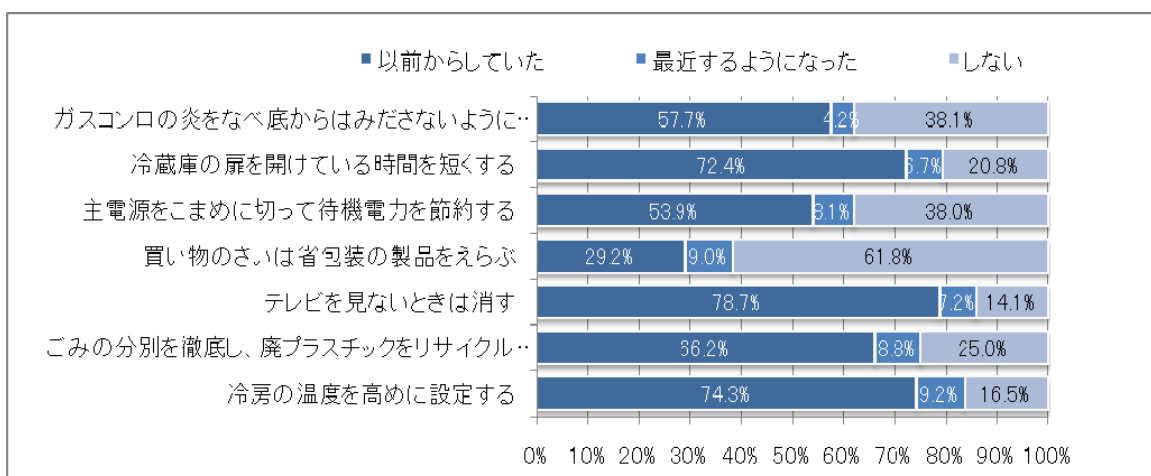
(2)環境についての意識調査

第三回アンケートで、「環境に対する意識の変化が、以下のような行動にまでつながりましたか」という質問で以下の7項目について、「以前からしていた」「最近するようになった」「しない」の三択で回答を求めた。

項目によってばらつきはあるが、「以前からしていた」という回答が多かったのは、「テレビを見ないときは消す。(78.7%)」「冷房の温度を高め設定する(74.3%)」「冷蔵庫の扉を開けている時間を短くする(72.4%)」といった「省エネ」に関する項目が並んだ。

また、「最近するようになった」という回答は、「冷房の温度を高め設定する(9.2%)」の次に、「買い物の際は省包装の製品を選ぶ(9.0%)」「ゴミの分別を徹底し、廃プラスチックをリサイクルする(8.8%)」といった Reduce, Recycle に関する項目が続いた。

図表 2-17 環境に対する意識の変化と行動

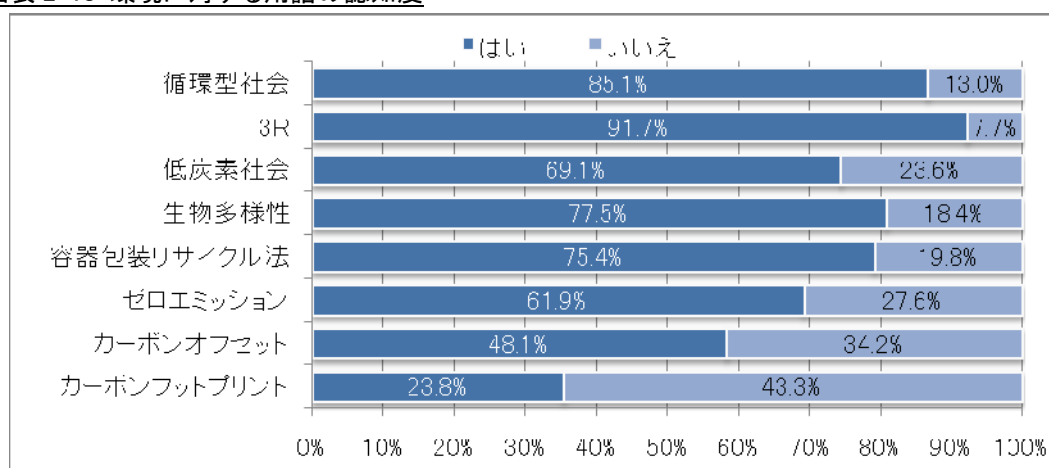


また、上記以外の項目で、どのような行動にまでつながったかを自由回答で質問したところ、「マイバッグ(エコバッグ)を持参する」「レジ袋を断る」という回答が 21 名からあったほか、「マイはしを持参する」「節水に気をつける」「公共交通機関を利用する」といった回答が見られた。

(3) 環境に関する用語の認知度

さらに第三回アンケートでは、環境に関する用語の認知と理解度に関する質問を行った。まず「環境に関する以下の用語を聞いたことがありますか」との質問で、「環境型社会」「3R」「低炭素社会」「生物多様性」「容器包装リサイクル法」「ゼロエミッション」「カーボンオフセット」「カーボンフットプリント」について質問した。

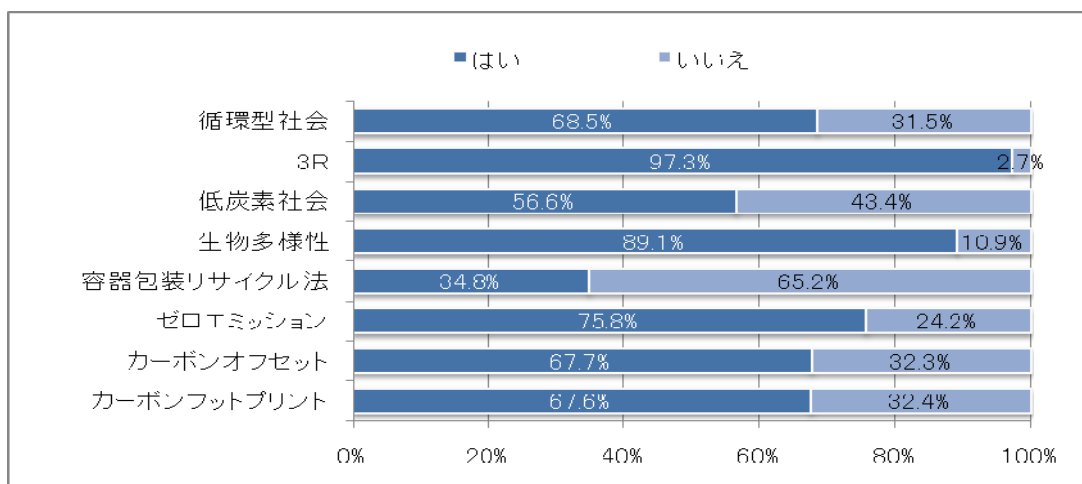
図表 2-18 環境に対する用語の認知度



「3R」「循環型社会」といった用語については 85%以上という高い認知度を示した。逆に、「カーボンオフセット」は 48.1%、カーボンフットプリントは 23.8%と認知度は低かった。

次に、これらの用語を理解しているかについて、各用語の説明文を示し、正誤を回答する形式で質問した。「3R」や「生物多様性」は正解率が高かったものの、「循環型社会」や「低炭素社会」は、用語自体は聞いたことがあるものの、必ずしも正しく理解されていない様子が伺える。「容器包装リサイクル法」についての正答率が最も低かった。

図表 2-19 環境に対する用語の理解度



なお、各用語の説明として例示した内容は以下のとおりである。

例示した内容のうち、容器包装リサイクル法については誤りである。正しくは、「容器包装リサイクル法は、家庭から出るごみの6割（容積比）を占める容器包装廃棄物を資源として有効利用することにより、ごみの減量化を図るための法律(日本容器包装リサイクル協会のHPより抜粋)」

- ◆循環型社会とは、大量生産・大量消費・大量廃棄の社会にかわるものである。
- ◆3Rとは、(Reduce、Reuse、Recycle)のことである。
- ◆わが国で排出される温室効果ガスのうち、二酸化炭素の排出が全体の95%を占めるので、低炭素社会の推進が必要である。
- ◆生物多様性とは、種内の多様性、種間の多様性及び生態系の多様性を含む。
- ◆容器包装リサイクル法とは、家庭ごみに大きな割合を占める容器包装を廃棄物について市町村が分別回収し再商品化することを定めた法律である。
- ◆ゼロエミッションとは、ある産業の製造工程からの廃棄物を別の産業の原料として利用することで廃棄物の排出をゼロにするものである。
- ◆カーボンオフセットとは、削減が困難な温室効果ガスについて、他の場所で実現した温室効果ガスの排出削減・吸収量等を購入することで、その排出量の全部又は一部を埋め合わせることをいう。
- ◆カーボンフットプリントとは、商品・サービスのライフサイクルの各過程で排出された「温室効果ガスの量」をCO₂量に換算して表示することをいう。

今回の質問は、このキャンペーンの目的の一つである「学生の環境問題への意識向上」のための取組としてクイズ形式で行ったものである。今後もこのような形式や、ウェブサイトでの情報発信を通じての学生への働きかけを継続していきたい。

2-5. 自由回答

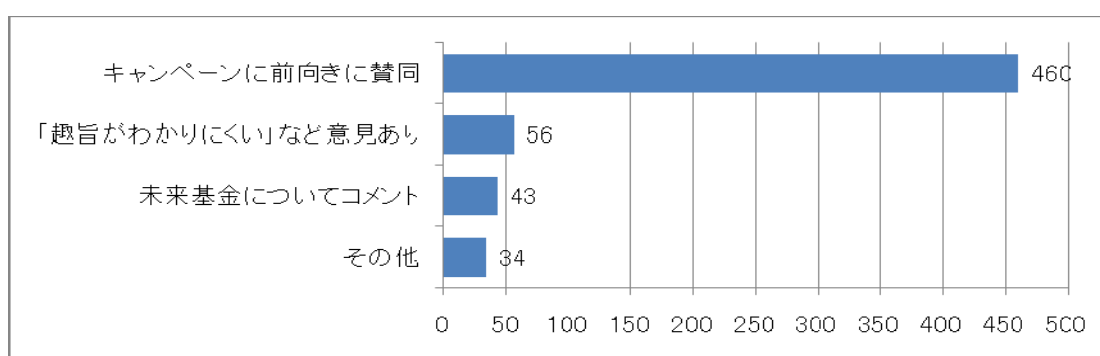
(1) キャンペーン開始前の学生の印象

学生がこの「マイボトル・キャンペーン」を、どのように見て、感じているのか、キャンペーン登録時点である第一回アンケートで、自由回答方式で意見を聞いたところ、595名より回答があった。

結果は、77.3%にあたる460名が、「環境に配慮した良いキャンペーン」「節約にもつながるのでマイボトルはぜひ欲しい」「面白い企画なので参加したい」などのポジティブな反応を示した。

また「目的がいま一つ分からない」「単なるばらまきになってしまうのでは」「宣伝不足で十分認知されていない」といった点を指摘する意見も56件寄せられた。

図表 2-20 第一回アンケートでの「マイボトル・キャンペーン」への印象



【コメント例】

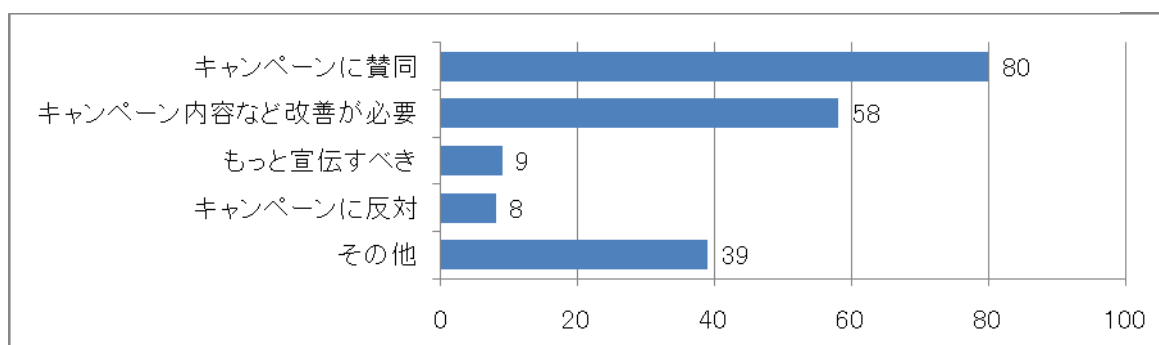
- ◆環境保護と聞くと、くくりが大きすぎて敬遠しがちになるかもしれませんが、節約につながる、と聞くと多くの学生が興味を持つと思います。エコ、省エネと節約のつながりをもっと押し出して、今回のようなキャンペーンも積極的にしていってほしいです。（経済学部・女性・1年生）
- ◆私は、普段からよくペットボトルのお茶やジュースを買うのだが、同時に排出される空容器にいつももったいなさを感じていた。しかし自分では高くてもわざわざ買うことが出来なかったのが、このキャンペーンにより環境保護により貢献出来ると楽しみにしている。（医学部・1年生・男性）
- ◆応募はしたが、このマイボトル・キャンペーンはバラマキにしか思えないのですが…もうちょっと、目的等を詳しく書いた方が良いと思います（経済学部・2年生・男性）
- ◆「どうせマイボトルを普及させるなら、何回使ったらエコなのかなども一緒に宣伝すれば単なる偽善ならぬ偽エコにならないですよ。マイボトル作成にも環境負荷はかか

っています。そのことを学生に伝え、環境について考える機会にしてもらえば良いのになあと思いました。(人間科学部・2年生・女性)

(2)キャンペーン開始後の学生の印象

第二回キャンペーンでは、「マイボトル・キャンペーン」への意見を194人より得た。最も多かったのは、「非常に良い企画」「環境のことを考えるきっかけになった」というキャンペーンへの賛同や謝意で80名より寄せられた。また、実際にマイボトルを使ってみて、「ボトルの色やデザインのバリエーションがもっと多ければ良かった」「一部給水機に対応していないボトルがあるのは残念」「給水機の無料開放は継続してほしい」「宣伝が足りない」といったキャンペーン内容の改善を求める声も58名より寄せられた。一方で、少数ではあるが、「もっと有意義な基金活用があるはず」「キャンペーンの意図が分からない」といった反対意見も8名より寄せられた。

図表 2-21 第二回アンケートでの「マイボトル・キャンペーン」への印象



【コメント例】

- ◆経済的に大変助かりました。飲み物を買うのには金銭的にも環境的にも抵抗があったので、ただけて本当に良かったです。ありがとうございました。(外国語学部・1年生・女性)
- ◆最初はペットボトル代が浮くからいい程度の気持ちで応募したのですが、実際に使うようになると、ボトル愛着が湧いたこともあり、ペットボトル・缶類飲料は全く買わなくなりました。それとともに、ゴミ問題についても意識するようになりました。実際に自分が何かに関わることは(決して大した関わりかたではないにしても)、確実に意識を変えるのだと実感しました。(文学部・1年生・女性)
- ◆ボトルを配り、缶などの利用を減らすことはいいことだと思う。さらに配布するだけでなく、マイボトルを持って行くと飲み物が通常よりも安く買えるなどよく考えている。今後もぜひ続けてほしい。できれば、もう少しだけボトルの色は増やしてくれるとなお良い。(理学部・2年生・男性)
- ◆給水機の無料サービスを延長して欲しいです。(外国語学部・1年生・女性)
- ◆500ミリリットルのマイボトルのデザイン(色)が少ないと思いました(基礎工学

部・1年生・男性)

- ◆300ミリのボトルなので、給水機が使えずがっかり (法学部・3年生・男性)
- ◆マイボトル・キャンペーンをしたところで環境への意識はかわらない。マイボトル作製に資金がかかるだけ。(基礎工学部・1年生・男性)
- ◆マイボトルが本当にエコなのか疑問。確かに学生にはありがたい企画だったが、未来基金の意図がわからない」 (文学部・2年生・女性)

3. 「マイボトル・キャンペーン」の今後の展開について

3-1. アンケート調査及び分析

(1) アンケート調査

平成22年5月のキャンペーン開始時から今までに3回のアンケート調査を行った。今年度中は、引き続き11月～12月、1～2月に行う予定である。

なおアンケートは学生の卒業までの期間行うことを予定している。マイボトルの利用状況や、ペットボトル・缶飲料の購入状況について継続的に質問しながら、第三回アンケートで質問したような環境に対する意識が行動の変化にどう結びつくかを調査していく予定である。

(2) キャンパス内のゴミの廃棄量調査

今回の「マイボトル・キャンペーン」の目的の一つは、学生の環境に関する意識調査と、意識の変化が学生の生活習慣や行動にどのような影響を及ぼすかを結びつけて分析することである。

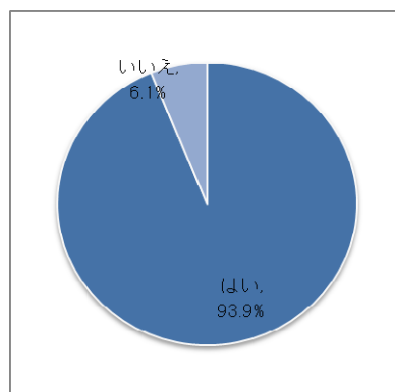
そのため学生の意識調査を引き続き行うとともに、学内のペットボトル、缶の廃棄量の調査や、学内での飲料の売上のデータ等を調査し、学生の行動にどのような変化がみられるかについて分析を進めていく。

3-2. 来年度以降のマイボトル・キャンペーンの実施について

「マイボトル・キャンペーン」は、22年度に初めて実施されたが、キャンペーンに参加した学生に、第二回アンケートで、「来年度以降もマイボトル・キャンペーンを継続することに賛成しますか」との質問を行ったところ、93.9%が「はい」と回答し、来年度以降の実施に前向きな回答が得られた。

また前述の通り、自由回答の形で意見を求めたところ、告知の方法や、運用の仕方などについて様々な意見・回答を得ることができた。

図表 3-1 来年度以降のマイボトル・キャンペーンの実施について



是非、これらの声を参考にしながら、来年度以降の実施に向けての検討を進めたい。

3-3. マイボトルをさらに広げるために

第三回アンケートでは、「マイボトル」を学内で普及させるために必要な工夫やインフラ面での整備について自由回答形式で質問したところ、358人より意見が寄せられた。

最も多かった回答は、「無料給水機の設置」で79人(22.1%)、次に「お茶やジュースも供給できる販売機の開発・設置」62人(17.3%)、その他「給水機の増設」61人(17.0%)、「学内での宣伝の強化」39人(10.9%)、「マイボトル保有者への特典を強化」27件(7.5%)、「来年以降もキャンペーンを継続」20人(5.6%)などの意見が続いた。少数ではあるが、「マイボトルを販売して保有者を増やす」「ボトルの種類やデザインのバリエーションを増やす」「学内での低価格での飲料販売(移し替える)」などの意見が寄せられた。

給水機の「無料化」「増設」「改良(お茶やジュースを供給)」について、202人より意見が寄せられた通り、マイボトルの学内での更なる普及に向けては給水設備や供給体制(料金設定など)の整備で不可欠であると思われる。この点に関しては、コスト面や受益者負担をどのように考えるか、全体的なデザインが必要であり、学内関係部署との調整を行っていききたい。

また「学内での宣伝の強化」や、「マイボトル保有者への特典を強化」などを指摘する声も多かった。確かに今年度は、準備期間が短く、学生へのキャンペーンの周知という点では不十分だったという点は否めない。来年度以降に実施する場合は、多くの学生に趣旨し、参加してもらうために改善すべき点を整理していききたい。

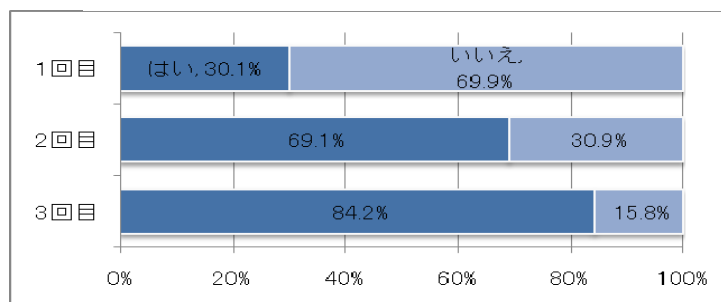
さらに今後、大阪大学でマイボトルを普及させていくには、対象の拡大(大学院生、教職員)や、吹田・箕面キャンパスでのサービスの提供などを検討すべきと考えられる。

4. 未来基金の認知

今回の「マイボトル・キャンペーン」は、大阪大学未来基金を運営する基金室が中心になって企画を推進した。大阪大学未来基金は、学内外の教職員や卒業生からいただいた寄付を基金として運用し、教育や研究などの面で学部生・大学院生をサポートしていくのが大きな目的である。その意味では、現在在学中の学生にも大阪大学未来基金の存在や活動を認知してもらうことも重要であるとの観点で、大阪大学未来基金の認知度についても調査した。

「未来基金の名前を知っていますか」という質問に対し、「はい」の回答は一回目は31.0%であったが、回を重ねるごとに上昇し、第三回目では、84.2%にまで上昇した。

図表 4-1 「未来基金」の名前の認知度

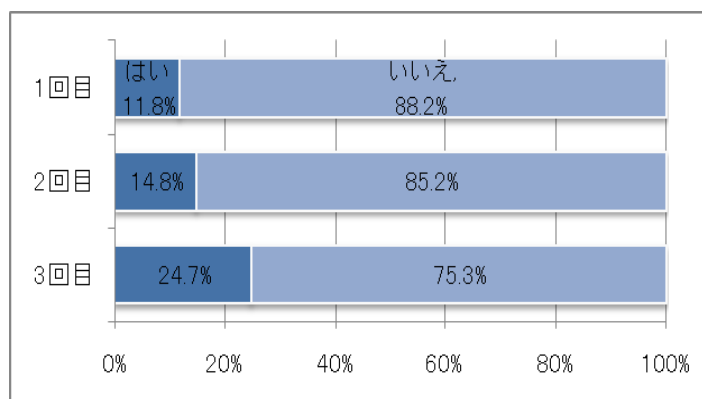


学生の間での「未来基金」の認知度を高めるという目的に対しては、今回のキャンペーンは有効だったと考えられる。

一方、「未来基金の活動内容を知っていますか」という質問に対しては、「はい」という回答が、1回目から、11.8%→14.8%→24.7%と

上昇はしているものの、依然として低い水準であるといわざるを得ない。今回の「マイボトル・キャンペーン」を含めて、学内で未来基金の活動をさらに知らしめるような活動が必要である。

**図表 4-2 「未来基金」の活動についての認知度
「マイボトル」を使っている理由**



5. まとめ

大阪大学の「マイボトル・キャンペーン」は、5月よりスタートし約2,000人の学生の参加を受け、ボトルの配布、マイボトルの利用促進、アンケート調査という流れで展開することができた。

今回のキャンペーンは、前述の通り「学生支援」「教育」「研究」を目的としており、アンケート調査は継続して行う予定であるため、特に教育・研究の面からみればキャンペーンは終了したわけではないが、一旦総括したうえで、今後の活動につなげていくこととしたい。

◆学生支援

予定していた約2,000本のボトルを配布することができた。

第二回アンケート調査によると、約65%の学生が週に2～3回以上マイボトルを利用していると回答しているほか、「マイボトルは役立っている」「経済的に助かっている」といったコメントが多く寄せられた。また、6月の豊中キャンパスのミネラル水給水機の無料開放は、のべ7,000名の学生が利用するなど、暑さが厳しかった今年の夏を過ごす一助となったのではないと思われる。

◆教育

マイボトルの配布は、学生が「環境」を考える機会になったと評価できる。アンケートからも多くの学生にとっては、マイボトルを使う理由は「節約」が第一であり、入口は「節約」であったと想定されるが、マイボトルは身近に「エコ」を考え、実践するうえで極めて有効なテーマであったと考えられる。

また第三回目のアンケートからは、環境問題に関する時事的な情報提供も行っている。アンケート結果のフィードバックなども含め、学生が環境問題を自分自身のテーマとして考える機会を、これからも継続的に提供していきたい。

◆研究

環境に関する意識調査として、3回のアンケートを実施した。

アンケート調査によれば、キャンペーン開始後のペットボトルの購入頻度は、毎日1本又は週に4〜5本購入していた層などで、購入頻度が減少しているとの結果が出ている。また50%以上の学生が、マイボトルをもらった後ではペットボトルの購入頻度が減少したと回答している。

次のステップとしては、引き続きアンケートによる意識調査を行うとともに、学内のペットボトルや缶の廃棄量調査を行い、意識の変化と行動がどのように結び付き、環境の観点から、大阪大学のキャンパスに変化が見られるのか、調査を進めたい。

以上のように、今回の「マイボトル・キャンペーン」は、学生支援、教育、研究の面で十分に成果を認めることができると考える。また、今回のキャンペーンの様子がテレビ、新聞などのマスメディアでも取り上げられたことは、大阪大学の環境問題への取組を示すうえでもプラスになった。

さらに今回のキャンペーンを推進した大阪大学未来基金にとっても、基金の活動を学生をはじめ幅広い方々に認知してもらうという意味でよい活動となった。

ただし、今回の「マイボトル・キャンペーン」でのボトルの配布はひとつのきっかけであり、学生一人ひとりが自分の問題として環境問題に向き合い、大阪大学が環境にやさしいキャンパスを形成していくためのスタートを切ったばかりともいえる。今後ともアンケート調査を行いながら、学内に向けてその分析結果のフィードバックや、環境問題に対する情報発信を継続的に行いながら、大阪大学の環境にやさしいキャンパスづくりに貢献していきたい。

(報告書作成：大阪大学財務基盤整備本部基金室特任準教授 鈴木卓馬)

平成22年度
マイボトル・マイカップの普及促進のための
啓発及び実証事業報告書
平成23年3月

(財)地球・人間環境フォーラム
〒113-0033
東京都文京区本郷3-43-16 成田ビル3階
TEL:03-3813-9735/FAX:03-3813-9737

リサイクル適正の表示：紙へのリサイクル可

この印刷物は、グリーン購入法に基づく基本方針における「印刷」に係る判断の基準にしたがい、印刷用の紙へのリサイクルに適した材料〔Aランク〕のみを用いて作製しています。